

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Die touristische Entwicklung der Stadt Andernach mit besonderem Fokus auf den Geysir**

Autorin:  
**Frau Jennifer Oberfrank**

Studiengang:  
**Businessmanagemenet**

Seminargruppe:  
**BM10s1-B**

Erstprüfer:  
**Herr Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer**

Zweitprüfer:  
**Frau Dipl. Betriebswirtin (FH) Elke Schönborn**

# **BACHELOR THESIS**

---

## **The development of tourism in Andernach with a special focus on the spouter**

author:

**Ms. Jennifer Oberfrank**

course of studies:

**Businessmanagement**

seminar group:

**BM10s1-B**

first examiner:

**Herr Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer**

second examiner:

**Frau Dipl. Betriebswirtin (FH) Elke Schönborn**

submission:

**Andernach, 15.01.2013**

## **Bibliografische Angaben**

Oberfrank, Jennifer

„Die touristische Entwicklung der Stadt Andernach mit besonderem Fokus auf den Geysir“

63 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2013

## Inhalt

<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>III</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>IV</b>
<b>Anlagenverzeichnis.....</b>	<b>IV</b>
<b>Vorwort.....</b>	<b>V</b>
<b>1. Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Methodik.....</b>	<b>1</b>
<b>3. Definition Tourismus .....</b>	<b>2</b>
<b>4. Die Stadt Andernach.....</b>	<b>2</b>
<b>5. Historischer Abriss .....</b>	<b>4</b>
5.1 Von der Gründung bis zur Römerzeit (4. Jh. v. Chr. – 5. Jh. n. Chr.) .....	4
5.2 Das Mittelalter (6. Jh. n. Chr. – 15. Jh. n. Chr.) .....	5
5.3 Neuzeit (Ab dem 16. Jh. n. Chr. bis in die Gegenwart) .....	6
5.3.2 Industrialisierung bis zum Ende des ersten Weltkrieg 1918 .....	6
5.3.3 Der zweite Weltkrieg (1933 - 1945) .....	8
5.3.4. 1945 – 1990 .....	9
5.35. 1990 – 2012 .....	10
<b>6. Heutiger Stand des Tourismus in der Stadt Andernach .....</b>	<b>11</b>
6.1 Die Andernach.net GmbH .....	11
6.1.1 Organigramm der Andernach.net GmbH .....	11
6.1.2 Die weiteren Tochtergesellschaften und Kooperationen .....	12
6.2 Das Leitbild der Andernach.net GmbH .....	13
6.3 Die Zielgruppe.....	14
6.4 Aktuelle touristische Leistungsangebote: .....	14
6.4.1 Stadtführungen .....	15
6.4.2 Themenstadtführungen wie ... ..	16
6.4.3 Erlebnisstadtführungen .....	17
6.4.4 Pauschalangebot.....	17
6.4.5 Andernach – die „Essbare Stadt“ .....	17
6.4.6 Wanderwege.....	19
6.4.7 Feste und Veranstaltungen .....	21

<b>7. Andernach im Internet.....</b>	<b>23</b>
7.1 Webseitenvergleich von Andernach mit Koblenz.....	23
7.1.1 Optimierungsmöglichkeiten der Website .....	26
7.2 Das Web 2.0 .....	27
7.2.1 Andernach bei Facebook .....	28
7.2.2 Vergleich zur Facebook Seite von Köln .....	31
<b>8. Der Geysir Andernach.....</b>	<b>32</b>
8.1 Lage des Geysirs .....	32
8.2 Funktionsweise eines Kaltwasser Geysir .....	33
8.3 Entstehungsgeschichte.....	34
8.4 Das Geysir – Erlebniszentrum.....	36
8.4.1 Auswirkung des Geysir auf den Andernacher Tourismus .....	37
<b>9. Touristische Umfrage und die Darstellung der Ergebnisse .....</b>	<b>40</b>
9.1 Definition Fragebogen .....	40
9.2 Vor- und Nachteile eines schriftlichen Fragebogens .....	40
9.3 Erhebungsgrundlagen .....	41
9.4 Auswertung .....	41
9.5 Zusammenfassung der Fragebögen .....	56
<b>10. SWOT – Analyse für Andernach .....</b>	<b>58</b>
10.1 Stärken.....	58
10.2 Schwächen .....	59
10.3 Chancen.....	60
10.4 Risiken .....	61
<b>11. Fazit.....</b>	<b>61</b>
<b>12. Literaturverzeichnis.....</b>	<b>VI</b>
<b>13. Anlagen .....</b>	<b>XI</b>
Anlage 1: Fragebogen .....	XI
Anlage 2: Slogan der Wirtschaftsförderung .....	XIV
Anlage 3: Flyer Europafest .....	XV
<b>14. Eigenständigkeitserklärung.....</b>	<b>XV</b>

## Abbildungsverzeichnis

- Abbildung 1 : Andernach und seine Stadtteile
- Abbildung 2 : Auszug aus dem Stadtplan
- Abbildung 3 : Die Reiseintensität im Verhältnis zum Volkseinkommen
- Abbildung 4 : Organigramm der Andernach.net GmbH
- Abbildung 5 : Aufbau der Andernach.net GmbH
- Abbildung 6 : Anteil des Bruttoinlandprodukts am Tourismus
- Abbildung 7 : Andernacher Website
- Abbildung 8 : Koblenzer Website
- Abbildung 9 : Interaktiver Stadtplan von Andernach
- Abbildung 10: 1. Auszug der Website von Andernach
- Abbildung 11: 2. Auszug der Website von Andernach
- Abbildung 12: Slogan – Standfeste Vorteile
- Abbildung 13: 3. Auszug der Website von Andernach
- Abbildung 14: Nutzung des Web 2.0 als Urlaubsinformation
- Abbildung 15: Facebook Startseite der Stadt Andernach
- Abbildung 16: Facebook Statistik des Geysirs
- Abbildung 17: Demographische Daten der Andernach Facebook-Seite
- Abbildung 18: Facebook Startseite der Stadt Köln
- Abbildung 19: Facebook „Willkommen“ – Seite von Köln
- Abbildung 20: Hotelreservierungssystem von Köln
- Abbildung 21: Logo des Netterundwegs
- Abbildung 22: Logo des Rheinsteigs

### Ergebnisse der Umfrage

- Abbildung 23: Art des Aufenthalts
- Abbildung 24: Anlass des Aufenthalts
- Abbildung 25: Art der Unterkunft
- Abbildung 26: Übernachtungen ausländischer Gäste in Rheinland-Pfalz
- Abbildung 27: Dauer des Aufenthalts
- Abbildung 28: Übernachtungspreis pro Nacht (pro Person)
- Abbildung 29: Ausgaben neben der Unterkunft
- Abbildung 30: Ausgaben während des Tages
- Abbildung 31: Art der Ausgaben
- Abbildung 32: Art der Ausgaben im Einzelhandel
- Abbildung 33: Fensterdekoration der leerstehenden Geschäftsräume
- Abbildung 34: Anreise per...
- Abbildung 35: Aufwendungen für die An- und Abreise
- Abbildung 36: Welche touristischen Leistungen wurden innerhalb Andernachs in Anspruch genommen?
- Abbildung 37: Welche touristischen Leistungen wurden darüber hinaus besucht?
- Abbildung 38: Spezifischer Reisegrund
- Abbildung 39: Wie bewerten Sie folgende Aspekte?
- Abbildung 40: Wünschenswerte Leistungen

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1 : Nutzungsdauer des Social Networks am Tag

Tabelle 2 : Anzahl der Stunden, in denen man tun und lassen kann, was man möchte

Tabelle 3 : Übernachtungszahlen von 2008 bis August 2012

Tabelle 4 : Anzahl der gebuchten Stadtführungen von 2008 bis 2012

## **Anlagenverzeichnis**

Anlage 1 : Fragebogen

Anlage 2: Slogan der Wirtschaftsförderung

Anlage 3: Flyer des Europafests

## Vorwort

Ich habe mein 3-monatiges Praktikum bei der Andernach.net Gesellschaft für Tourismus, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung in Andernach absolviert. Ich hatte mich für dieses Unternehmen entschieden, da mich Module wie Marketing und Tourismusmanagement bereits während meines Studiums interessiert hatten. Des Weiteren ist mir aufgefallen, dass sich meine Heimatstadt Andernach in den letzten Jahren optisch als auch das Angebot an touristischen Leistungen stark verändert hat. Meiner Ansicht nach, begann alles mit der touristischen Erschließung des Kaltwasser-Geysirs im Jahr 2009. Allerdings wurde mir im Zuge meiner Recherche klar, dass das Thema Tourismus schon lange vorher ein wichtiger wirtschaftlicher Aspekt für Andernach war.

Dies veranlasste mich in meiner Bachelorarbeit dazu, diesen Wandel zu analysieren und mögliche Verbesserungen, sowie Tendenzen herauszustellen.

Ich bedanke mich insbesondere bei Herrn Christian Heller, Geschäftsführung der Andernach.net GmbH, Frau Kristina Neitzert, Leitung für Tourismus der Andernach.net GmbH, Herrn Ralf Schunk, Leiter der Wissenschaft und Pädagogik der Geysir.info gGmbH, Frau Ana Maria Fajardo, Projektassistentin der Wirtschaftsförderung, Frau Charlotte Everling, Sachbearbeiterin des Kulturstamtes, sowie dem Bürgermeister Klaus Peitz für die Interviews und das Bereitstellen von Graphiken und schriftlichen Informationen.



## 1. Einleitung

Tourismus ist eine ständig wachsende Branche. In früheren Zeiten lag der Schwerpunkt eher auf Urlaub in ausländischen Regionen und dem Cluburlaub. Das hat sich in den letzten Jahren, unter anderem aufgrund der Weltwirtschaftskrise verändert. Man besinnt sich wieder auf das Reisen im eigenen Land.<sup>1</sup> Viele Orte haben deshalb begonnen, touristische Angebote zu entwickeln oder zu erweitern. Auch die Stadt Andernach hat die Zeichen der Zeit erkannt und sich in den letzten drei Jahren stark verändert.

Tourismus war schon immer ein wichtiger Wirtschaftsbestandteil der Stadt. Durch die touristische Erschließung des höchsten Kaltwassergeysirs der Welt bekommt sie jedoch eine noch stärkere Bedeutung. Die Zahl der Tagesgäste nimmt seitdem noch mehr zu und auch das Stadtbild hat sich im Zuge der letzten Jahre verändert.

Aber auch der Rad- und Wandertourismus spielt für die Region eine wichtige Rolle. Klassifizierte Wanderwege wie der „Rheinsteig“ und die „Traumpfade“ führen entweder direkt oder durch die Stadt. Ferner ist eine ständig wachsende Anzahl an anlegenden Schiffen zu verzeichnen. Dadurch hat man angefangen auch die Infrastruktur zu verbessern und Rad- und Fußgängerwege auszubauen.

Ziel dieser Arbeit ist die Darstellung der Veränderung der Stadt im Zuge des wachsenden Städtetourismus und der Erschließung des Geysirs, sowie Optimierungsmöglichkeiten im Tourismusmanagement.

Außerdem soll ein Blick auf die mögliche Entwicklung in den nächsten Jahren geworfen werden.

## 2. Methodik

Für diese Arbeit wurde in den Stadtbüchereien Andernach und Koblenz recherchiert. Des Weiteren wurde ein Fragebogen erstellt, um Auskünfte über den derzeitigen touristischen Entwicklungsstand der Stadt zu bekommen. Dafür wurde im Zeitraum vom 1. August bis zum 31. Oktober 2012 eine schriftliche Umfrage im Raum Andernach, in der Bücherei, den Hotels, dem Geysir-Schiff und der Tourist Information durchgeführt. Neben Internetrecherche wurden Personen, aus verschiedenen Arbeitsbereichen im Rahmen eines Interviews zu bestimmten Schwerpunkten befragt.

---

<sup>1</sup> Vgl. <http://www.fr-online.de/reise/urlaubs-statistik--reisen-in-deutschland-ist-beliebt-wie-nie,1472792,7180316.html> Stand: 18.12.2012

### 3. Definition Tourismus

*„Tourismus oder Fremdenverkehrslehre umfasst den nationalen und internationalen Reiseverkehr, d.h. Verkehr von Reisenden (oder Touristen) zwischen Heimatort und Reiseziel, den vorübergehenden Aufenthalt (Ort-)Fremder am Reiseziel sowie die Organisation der Reisevorbereitung und Reisenachbereitung am Heimatort.“*

{Vgl. Freyer, Walter, 2011, S.1}

### 4. Die Stadt Andernach

Einer der wohl ersten „Touristen“ im Jahr 588 n. Chr., war Venantius Fortunatus, der auf seiner Reise entlang des Rheins über Andernach folgendes berichtete:

*„Schnell dann nahte ich mich den Mauern der Andernachfestung,  
Als ich, ein Fahrgast des Schiffs, weiter von dort aus gereist.  
Weingärten liegen hier auf den Hügeln durch weite Strecken,  
Anderen Ufers indes: Ebenes, fruchtbares Feld.(...)“*

{Schäfer, Klaus: *Andernach im Frühmittelalter*, 1988, S. 22}

Andernach liegt im Norden von Rheinland-Pfalz, am Nordwestende des Neuwieder Beckens, 17 Km unterhalb von Koblenz.<sup>2,3</sup> Die linksrheinische Stadt grenzt an das mittelhheinische Becken und das untere Mittelrheingebiet<sup>4</sup> und gehört zum Kreis Mayen-Koblenz. Zu den Stadtteilen zählen Eich, Nemedy, Miesenheim und Kell, die, abgesehen von Miesenheim, an den Krahenberg grenzen (Vgl. Abb. 1).

Insgesamt hat Andernach mit den umliegenden Orten 30.379 Einwohner.<sup>5</sup> Davon sind 5.097 (16 Prozent) im Alter bis 19 Jahren und 6.761 Personen (22 Prozent) zwischen 20 und 39 Jahren. Den größten Anteil der Bevölkerung bilden die 40 bis 69 jährigen mit 12.222 Einwohnern (40 Prozent). Die Quote der ab 70 jährigen liegt mit einer Zahl von 5.425 Personen bei lediglich knapp 18 Prozent.<sup>6</sup>

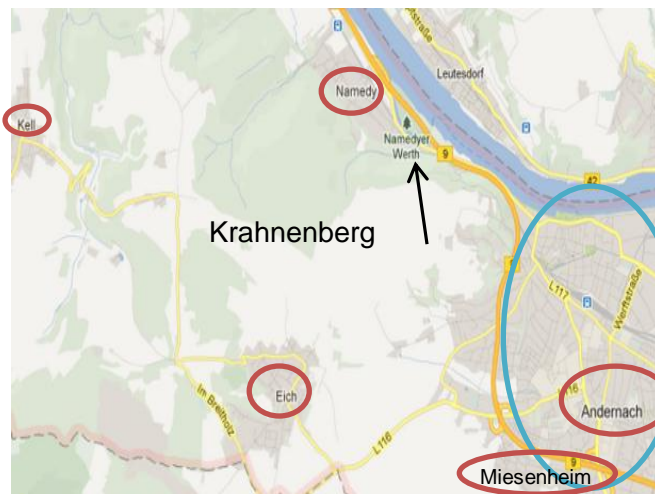
<sup>2</sup> Vgl. Adams, Peter: *Kurzgefasste Geschichte Andernach*, 1955, S. 7

<sup>3</sup> Verkehrsamt der Stadt Andernach: *Andernach gestern und heute*, o.A., S. 2

<sup>4</sup> Vgl. Heyen, 1994, S. 1

<sup>5</sup> Vgl. [http://www.andernach.de/de/leben\\_in\\_andernach/bevoelkerung.html](http://www.andernach.de/de/leben_in_andernach/bevoelkerung.html) Stand: 30.12.2012

<sup>6</sup> Vgl. <http://www.ewois.de/Statistik/user/pdfgen.php?stichtag=31.12.2012&ags=13700003&type=VFG&linkags=0713700003> Stand: 03.01.2013



**Abbildung 1: Andernach und seine Stadtteile**

Bearbeitet aus <http://maps.google.de/>  
Stand: 30.12.2012



**Abbildung 2: Auszug aus dem Stadtplan**

[http://www.geysir-andernach.de/images/VerschiedeneBilder/Stadtplan\\_grosse-Version\\_gr.jpg](http://www.geysir-andernach.de/images/VerschiedeneBilder/Stadtplan_grosse-Version_gr.jpg) Stand: 30.12.2012

Abb. 2 zeigt den Stadtplan von Andernach. Dieser beinhaltet nur einen Teil des Ortes, welcher von Touristen am stärksten besucht ist, die Altstadt.<sup>7</sup> Auf der gegenüberliegenden Rheinseite liegt das Weindorf Leutesdorf. In früheren Jahren bildete eine Autofähre die Verbindung zwischen den Orten.

In Andernach gibt es insgesamt 16 Hotels, von denen vier Betriebe mit drei Sternen und eins mit „Superior“ von der DeHoGa (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband) ausgezeichnet wurden.<sup>8</sup> Mit der Klassifizierung „Bett&Bike“ des ADFC (Allgemeiner deutscher Fahrrad Club e.V.) sind zwei der Hotels prämiert.

Die Stadt ist leicht zu erreichen, da sie an die Bundesstraße „B9“ und die Autobahnen A6 und A63 grenzt. Die städtische Verkehrsinfrastruktur ist durch ein gutes Busnetzwerk, sowie durch einen Bahnhof, den verbesserten Fußgänger- und Radwegen gekennzeichnet.

Die Stadt verfügt über zwei Gymnasien, einer Realschule+ und der Berufsschule, sowie 13 Kindergärten und zwei Krippen. Für Kinder und Jugendliche gibt es insbesondere Einrichtungen wie ein Jugendzentrum, ein Freibad, ein Hallenbad, sowie acht städtische Spiel- bzw. Bolzplätze.

Besondere Merkmale der Stadt ist zum einen die über 2.000 Jahre alte Historie, die bis in die Römerzeit zurückreicht und zweitens der höchste Kaltwasser-Geysir der Welt auf dem Naredyer Werth (vgl. Abb. 1), der seit 2009 touristisch erschlossen wurde.

<sup>7</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

<sup>8</sup> Vgl. [http://web.deskline.net/andernach/de/list\\_accommodation](http://web.deskline.net/andernach/de/list_accommodation) Stand: 03.01.2013

## 5. Historischer Abriss

### 5.1 Von der Gründung bis zur Römerzeit (4. Jh. v. Chr. – 5. Jh. n. Chr.)

Immer schon reisten die Menschen. Allerdings aus religiösen Gründen oder zu Handelszwecken. Eine Reise zu dieser Zeit bedeutete Anstrengung, Geduld und war noch sehr beschwerlich.<sup>9</sup>

Die Geschichte der Stadt geht etwa 500.000 Jahre zurück, was durch wissenschaftliche Untersuchungsmethoden nahezu bewiesen werden kann. Das milde Klima, sowie die fruchtbare Böden waren wohl Gründe für eine Besiedelung des linksrheinischen Gebiets.<sup>10</sup>

Auf der rechten Rheinseite erschloss sich um 23 n. Chr. von Hönningen bis zur Donau ein Limes (Grenzwall), der das Gebiet des Neuwieder Beckens, in dem sich Andernach befand, vor Angriffen von Kriegstruppen schützte. Dadurch erfuhr das Gebiet lange Zeit Frieden und die wirtschaftliche Lage der Stadt florierte. Der Verkehr war gesichert und es entwickelte sich ein bedeutender Handelsplatz. Da die Landschaft der Pellenzgemeinde, eine Region südwestlich von Andernach gelegen, von Vulkanen geprägt war und es damit ein großes Aufkommen von Vulkangestein wie Tuff- und Basaltsteine gab<sup>11</sup>, stellte man aus diesen Mahl- und Mühlsteine her, die in Andernach verlagert und weitergeliefert wurden.<sup>12</sup> Hier wurde der „Alte Krahnen“ geboren, der für die Verladung notwendig war und sich damit zu einer wichtigen Einnahmequelle etablierte.

Die kleineren Mühlsteine wurden in Haushalten zur Verarbeitung von Getreide verwendet und größere für die Feldbäckereien<sup>13</sup> sowie zum Bau von Altären.<sup>14 15 16</sup> Die günstige Lage am Rhein ermöglichte einen guten Schiffshandel.

An der Stelle des heutigen Marktplatzes gab es eine Werft um die römische Flotte zu reparieren und zu modernisieren. Des Weiteren wurden im ersten Jahrhundert die Straßen weiter ausgebaut, um eine schnellere Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten und die Erreichbarkeit der Stadt zu erleichtern. Schon damals kamen Reisende, Beamte, Kurier in die Stadt und nutzten sie als Raststätte oder zum Wechseln der Pferde. Hier könnte man also schon vom ersten Tourismus sprechen.<sup>17</sup> Wichtige Handelswege waren die Strecken von Mainz nach Köln und die Straße von Trier durch die Eifel. Etwa um 260 n. Chr. durchbrachen die Franken den Limes. Um Andernach dennoch zu schützen, errichtete man die Stadtmauer.<sup>18</sup>

<sup>9</sup> Vgl. Freyer, Walter: Tourismus. 2011, S.10

<sup>10</sup> Vgl. Heyen, Franz-Josef: Andernach. 1994, S. 1

<sup>11</sup> Vgl. Festbuch zum 150-jährigen Jubiläum der Verbandsgemeinde Pellenz, 2008, S. 7

<sup>12</sup> Vgl. Hunder, Hans: Darstellung zur Geschichte einer Stadt, 1986, S. 71

<sup>13</sup> Mobile Bäckereien, die die Truppen in Kriegszeiten auf dem Feld versorgten

<sup>14</sup> Vgl. Schäfer, Klaus: Andernach in der frühromischen Zeit, 1986, S.25

<sup>15</sup> Vgl. Adams, Peter: Kurzgefasste Geschichte Andernach, 1955, S. 13 ff.

<sup>16</sup> Vgl. Hunder, Hans: Darstellung zur Geschichte einer Stadt, 1986, S. 71

<sup>17</sup> Vgl. Schäfer, Klaus: Andernach in der frühromischen Zeit, 1986, S. 21 f.

<sup>18</sup> Vgl. Adams, Peter: Kurzgefasste Geschichte Andernach, 1955, S. 14 f.

Ab dem Jahre 883 folgten zahlreiche Kriege im Rheinland, von denen auch Andernach betroffen war und die wirtschaftliche Lage erschwerte. Erst im Jahre 939, in der Zeit des Herzogstums Oberlothringen kam wieder Frieden über die Stadt.

Der Königshof lag jetzt in Andernach und durch die sog. Krönungsstraße, die durch Andernach über Sinzig nach Aachen führt, kam es zum Verweilen oder zum Ausstellen wichtiger Urkunden von Königen aus dem sächsischem und salischem Umland. Somit bekam die Stadt schon damals eine wichtige Bedeutung.<sup>19</sup>

## 5.2 Das Mittelalter (6. Jh. n. Chr. – 15. Jh. n. Chr.)

Im 11. Jahrhundert reisten Minnesänger, Vagabunden und Pilger durch die Lande. Meist waren sie zu Fuß oder zu Pferd unterwegs. Dennoch waren es eher Adelige und Geschäftsleute, die reisten.<sup>20</sup> Später wurden junge Leute auf Reisen geschickt, um sich für ihr Berufsleben mit fremden Kulturen vorzubereiten.<sup>21</sup>

In den Jahren 1024 bis 1125, der Regierungszeit des salischen Kaiser, nahm die Einwohnerzahl in Andernach zu. Häufiger Aufenthalt des Kaisers und deren Gefolge, die sich immer mehr im Ort ansiedelten, sorgten für einen wirtschaftlichen Aufschwung.<sup>22</sup>

Seit dem Jahr 1148 besaß Andernach eine Zollstation, welche dem Kölner Erzbischof gehörte.<sup>23</sup>

Da die deutschen Könige nur geringe Einnahmen erzielen konnten, wurden diese an wichtigen Handelsstraßen errichtet.

Aufgrund des an Andernach grenzenden Krahenberg, sowie einem, bei Leutesdorf liegenden Felsvorsprungs, wurden Schifffahrer an diesem Engpass zur Vorsicht gezwungen. Dadurch hatte man Kontrolle über den Schiffverkehr und -handel.

Damit hatte sich die Stadt zu einem Schwerpunkt des Güterverkehrs herausgebildet. Allerdings wurde die Zollstation, nach einem Angriff der Andernacher auf die Burg (heutiger Schlossgarten) und das Zollhaus von Andernach nach Linz verlegt.<sup>24</sup> Am 02. März 1475 wieder Rückverlegung nach Andernach<sup>25</sup>

---

<sup>19</sup> Ebd. S. 23

<sup>20</sup> Vgl. Freyer, Walter: Tourismus, 2011, S.10

<sup>21</sup> Vgl. Knebel, H.-J.: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus, 1960 S. 12

<sup>22</sup> Vgl. Adams, Peter: Kurzgefasste Geschichte Andernach, 1955, S. 25

<sup>23</sup> Ebd. S. 23

<sup>24</sup> Vgl. Hunder, Hans: Darstellung zur Geschichte einer Stadt, 1986, S. 145

<sup>25</sup> Ebd. S. 148

### 5.3 Neuzeit (Ab dem 16. Jh. n. Chr. bis in die Gegenwart)

Ausgelöst durch die Reformation verloren Kaiser und Papst in dieser Zeitepoche an Wert für die Bevölkerung und mussten ihre Rechte an die Städte und Fürsten abtreten.

Somit bekam Andernach um 1522 eine eigene Verfassung<sup>26</sup>, wodurch sich ein einheitliches Maß-, Münz- und Gewichtswesen etablierte. Der Binnenhandel und die Landwirtschaft florierten<sup>27</sup>, was zu einem erneuten wirtschaftlichen Aufschwung verhalf.<sup>28</sup> 1689 eroberten französische Truppen die Stadt, beuteten sie aus, steckten sie in Brand und versuchten den runden Turm zu sprengen. Aufgrund seiner vier Meter dicken Mauer hielt der Turm stand und ist damit ein bedeutsames Wahrzeichen der Stadt.<sup>29</sup>

#### 5.3.2 Industrialisierung bis zum Ende des ersten Weltkrieg 1918

Ende des 18. Jahrhunderts wurden Schulen gebaut, der Rheinzoll wurde aufgehoben und die Postverhältnisse verbessert. Zu Andernach zählten im Jahr 1797 381 Häuser mit 2.179 Einwohnern.<sup>30</sup>

Andernach verdankt seine Entwicklung zu einer angesehenen Industriestadt nicht nur seiner guten Lage am Rhein, sondern auch dem Besitz von weiten Flächen, östlich der Stadt gelegen. Diese konnten als Bauland für Industrieenanrichtungen genutzt werden.<sup>31</sup>

In den Jahren 1820 bis 1840 wurde die Stadtmauer stückweise abgerissen, um sich dem „modernen Verkehr auf dem Strome zu öffnen“.

{Vgl. Adams, Peter: Kurzgefasste Geschichte Andernach, 1955, S.53}

Denn prägend für die diese Zeit war der Fortschritt des europäischen Verkehrswesen, nachdem R. Fulton 1807 das Dampfschiff und G. Stephenson die Eisenbahn erfunden hatte.<sup>32</sup>

Um den Bau der rheinischen Eisenbahn gewährleisten zu können, wurden einfache Durchbrüche in die Stadtmauer angeordnet. Am 10. Juli 1858 fuhr die erste Lokomotive. Da sich der Bahnhof weit außerhalb der Stadtmauer befand, wurde auch die Vorstadt nach Süden erweitert. Die Strecke Köln – Koblenz sorgte für eine Förderung der Industrialisierung in den ländlichen Gebieten und die kaufmännische Bedeutung der Stadt lebte wieder auf. Neben der wirtschaftlichen Bedeutung der Eisenbahnstrecke erlebt auch die Dampfschiffahrt im Jahr 1827 einen Boom.

<sup>26</sup> Vgl. Adams, Peter: Kurzgefasste Geschichte Andernach, 1955, S. 33

<sup>27</sup> Ebd. S. 37

<sup>28</sup> Ebd. S. 34

<sup>29</sup> Vgl. [http://www.andernach.de/de/leben\\_in\\_andernach/stadthistorie.html](http://www.andernach.de/de/leben_in_andernach/stadthistorie.html) Stand: 30.12.2012

<sup>30</sup> Vgl. Adams, Peter: Kurzgefasste Geschichte Andernach, 1955, S. 50 f.

<sup>31</sup> Vgl. Heyen, Franz-Josef: Andernach, 1994 S. 166 ff.

<sup>32</sup> Vgl. Freyer Walter: Tourismus, 2011 S. 13

Der steigende Wohlstand durch die Industrialisierung ermöglichte jetzt auch die ersten Vergnügungsreisen. Täglich legten ein Personendampfer, sowie mehrere Güterdampfer in Andernach an.<sup>33</sup>

Über sechs Gasthöfe waren in der Hochstraße, der heutigen Fußgängerzone mit zahlreichen Geschäften ansässig. Insgesamt 40 Schankwirte und 10 Speisewirte waren im Ort beheimatet und damit das Berufsfeld mit den meisten Arbeitern.<sup>34</sup> Um 1896 wurde die Zahnradbahn auf dem Krahenberg in Betrieb genommen, die von Ende Mai bis Anfang Oktober von 9 – 22Uhr jede halbe Stunde fuhr. Sie beförderte Gäste von der Stadt aus auf den 118 Meter höheren Berg zu einer Aussichtsplattform, wo sich heute noch ein Restaurant befindet. Aufgrund der beiden Weltkriege musste sie jedoch aus wirtschaftlichen Gründen um 1946 abgerissen werden.<sup>35</sup>

Dies hatte nicht nur die Tatsache zur Folge, dass damit das Stadtleben aufblühte und die Wirtschaft angekurbelt wurde, sondern auch der Hafen mit der Zeit nicht mehr ausreichend Platz bot und 1909 ausgebaut werden musste.<sup>36</sup>

Man könnte also meinen, dass die Stadt damit ökonomisch abgesichert war. Die Folgen des ersten Weltkrieges zeigten jedoch das Gegenteil. Angelockt von einer bisher ökonomisch starken Stadt, wird die steigende Bewohnerzahl nach dem Krieg zum Verhängnis.

Waren es Anfang des 18. Jh. rund 2.000 Menschen, so stieg die Zahl der Bevölkerung um 1912 auf über 10.000 an.

Damit vergrößerte sich die einstige Siedlung außerhalb ihrer Stadtmauern.<sup>37</sup> Trotz großer Mälzereien, Tabak- und Textilfabriken herrschte, neben Wohnungsmangel eine große Arbeitslosigkeit, die zu einer Arbeitsbeschaffungsmaßnahme führte. In Folge dessen wurde die Rheinanlage gebaut.<sup>38</sup> Im Zuge der touristischen Entwicklung entstanden um 1900 die Hotels an der Rheinpromenade. Auch auf dem Marktplatz, der den Mittelpunkt der Stadt bildete, siedelten sich ab 1912 Geschäfte und Gaststätten an.<sup>39</sup>

Am Rheinufer errichtete man nach dem Krieg 1928/1929 ein Denkmal zu ehren der Gefallenen im sog. „Bollwerk“, der ehemaligen Zollstation. Heute zählt dieses Monument zu den Sehenswürdigkeiten.<sup>40</sup> Noch vor dem ersten Weltkrieg hatte der Geologe, Paläontologe und Lehrer Otto Follmann den „Vulkanweg“ geschaffen. Dieser führt von Andernach, entlang des Krahenberg nach Gerolstein und ist heute noch eine beliebte beschilderte Wanderstrecke.

<sup>33</sup> Vgl. Hunder, Hans: Darstellung zur Geschichte einer Stadt, 1986, S.45

<sup>34</sup> Kulturamt, 1985, S. 40

<sup>35</sup> Historischer Verein Andernach e.V.: Andernacher Annalen 1., 1995/96, S. 74 ff.

<sup>36</sup> Vgl. Hans-Josef Heyen, Andernach, 1994 S. 174

<sup>37</sup> Vgl. [http://www.andernach.de/de/leben\\_in\\_andernach/stadthistorie.html](http://www.andernach.de/de/leben_in_andernach/stadthistorie.html)

<sup>38</sup> Ebd. S. 234

<sup>39</sup> Schäfer, Klaus: Andernach am Rhein, 1998, S. 27ff.

<sup>40</sup> Ebd. S. 226



### 5.3.3 Der zweite Weltkrieg (1933 - 1945)

Allgemein ist zu sagen, dass der Tourismus in Zeiten des ersten Weltkrieges stagnierte und damit so gut wie keine Aussagen gemacht werden können. Finanzielle Probleme in den Fremdenverkehrseinrichtungen waren die Folge. Erst Anfang der 20er Jahren entwickelte sich in Deutschland die sog. „Sommerfrische“, ein Urlaub, nicht weit gelegen vom eigenem Heimatort. Man reiste ganz bescheiden mit der Bahn in dörfliche Unterkünfte.<sup>41</sup>

In Zeiten des Nationalsozialismus wurden organisierte Urlaube durch die NS-Organisation „Kraft durch Freude“ veranstaltet. Für wenig Geld konnten sich viele einen solchen Urlaub leisten und lösten damit die erste Blütezeit des Tourismus aus.<sup>42</sup> In einem Auszug des Adress- und Geschäftshandbuches der Bürgermeistereien aus dem Jahr 1936/1937 heißt es für die Stadt Andernach:

*„Für die KdF-Urlauber und Reisegruppen ist die frohe und gesellige RheinStadt ein beliebter Aufenthalt geworden, zumal die – als D-Zughaltestationen, Dampferanlegestellen usw. – beste Verkehrsverbindungen besitzt und auch für die einzig schöne Umgebung alle möglichen zeitgemäßen Verkehrsmittel (Krahnbergbahn, Postautolinien, Motorbootfahrten) bieten kann.“*

{o.A.: Adress- und Geschäfts-Handbuch der Bürgermeistereien, 1936/1937}

Darüber hinaus verdoppelten sich die Übernachtungszahlen und der Anteil der ausländischen Gäste nahm weiterhin zu. An einem Tag im Juli wurden durch Sonderschifffahrten und Ertragszüge etwa 2.000 Gäste gerechnet. Man besserte Straßen, sowie Fuß- und Radwege aus um die Verkehrslage zu begünstigen.<sup>43</sup> Der Ausbau des Nemedyer Stadtstrandes am Rheinufer diente zur Verbesserung des Stadtbildes und wurde zu einem beliebten Nah-Erholungsort.<sup>44</sup>

Im Jahr 1934 reisten ca. 20.000 Besucher in die Stadt. Auf dem Krahnberg wurde daraufhin am 14. April 1935 eine Jugendherberge eröffnet und am 01. Juli 1936 ein Denkmal, zu Ehren des Otto Follmann, der Begründer des Vulkan-Wanderwegs, auf dem Krahnberg aufgestellt.

Das Andernach gerne besucht war, zeigt auch die Tatsache, dass im selben Jahr das Heimatmuseum den Bürgern und Gästen öffentlich gemacht wurde.<sup>45</sup>

<sup>41</sup> Vgl. Freyer, Walter: Tourismus, 2011, S. 14

<sup>42</sup> Ebd. S. 15

<sup>43</sup> Vgl. o.A.: Adress- und Geschäfts-Handbuch der Bürgermeistereien, 1936/1937

<sup>44</sup> Vgl. Rousek, Werner: Die Geschichte von Nemedy, 1998, S. 236

<sup>45</sup> Vgl. Kulturamt, 1985, S. 26 ff.



### 5.3.4. 1945 – 1990

Reisen waren Ende des Krieges noch staatlich organisiert. Die Menschen aus der DDR reisten eher in Deutschland selbst oder in die benachbarten Länder wie Ungarn, Tschechien oder die Slowakei. Durch erhöhtes Einkommen, mehr Freizeit und neue Technologien hatte man jetzt vermehrt die Möglichkeit zu reisen. Neue Reiseveranstalter wie die TUI, Neckermann und DER – deutsches Reisebüro GmbH haben sich in den 60er und 70er Jahren etabliert.<sup>46</sup> Durch den zunehmenden Gebrauch von Automobilen stieg die Besucherzahl weiter an und auf dem Namedyer Werth eröffnete der erste Campingplatz in Rheinland-Pfalz.<sup>47</sup>

In diesen Jahren fällt zum ersten Mal der Begriff Polittourismus in Andernach. Man wollte Städtepartnerschaften fördern und sich mit den benachbarten Ländern versöhnen, um die Wogen des Krieges zu glätten. Da Kontakte zu der französischen Kleinstadt St. Amand noch aus der Besatzungszeit bestanden, wurde 1959 die erste Partnerschaft geschlossen. In den darauffolgenden Jahren folgten Partnerschaften mit der israelischen Stadt Dimona, Ekeren, einer kleinen Stadt in Belgien und dem österreichischem Stockerau. Mit Stockerau verband Andernach auch die Liebe zum Theater.

Schon damals lockte Andernach mit einem kulturellen Angebot, da man sich bewusst darüber wurde, welchen Wert die mittelalterliche Stadt besitzt.

1966 bis 1970 fanden im Andernacher Schlossgarten Freilicht Aufführungen, die sog. „Burgfestspiele“ statt, die vertraglich in Kooperation mit Stockerau standen. Aufgrund finanzieller Schwierigkeiten, mussten die Theateraufführungen jedoch wieder eingestellt werden. Diese finden jetzt seit 1981 in der städtischen Mittelrheinhalle statt.

Damit gilt diese als eine wichtige Prämisse für die kulturelle Attraktivität der Stadt. Tagungen, Kongresse, sowie Events, insbesondere für den damals noch wichtigen „Kegelclub-tourismus“ wurden dort in bestimmten Abständen organisiert.<sup>48</sup> Anfang der 80er Jahre beginnt man die Innenstadt, speziell die Stadtmauer<sup>49</sup> zu sanieren, Parkplatz-möglichkeiten auszubauen, um Andernach als wirtschaftlichen Standort mit einer großen Anzahl an Einkaufsmöglichkeiten wieder interessant zu machen.

*„Die künftige Wirtschaftspolitik für den Standort Andernach muß darauf ausgerichtet sein, sichere und zukunftsträchtige Arbeitsplätze in Industrie, Handel, Dienstleistung und Fremdenverkehr zu schaffen. Hierbei stellt die Zusammenarbeit zwischen den heimischen Unternehmen und der Stadt einen wesentlichen Aspekt der Wirtschaftsförderung da“*

{Vgl. Heyen, Andernach, 1994, S. 376}, so der Oberbürgermeister Achim Hütten in einer Veröffentlichung 1994.

<sup>46</sup> Vgl. Freyer, Walter: Tourismus, 2011, S. 16 ff.

<sup>47</sup> Vgl. Rousek, Werner: Die Geschichte von Namedy, 1998, S. 238

<sup>48</sup> Peitz, Klaus: Bürgermeister der Stadt Andernach: Mündliche Überlieferung vom 09. Januar 2013

<sup>49</sup> Vgl. Heyen, Franz-Josef: Andernach, 1994, S. 418

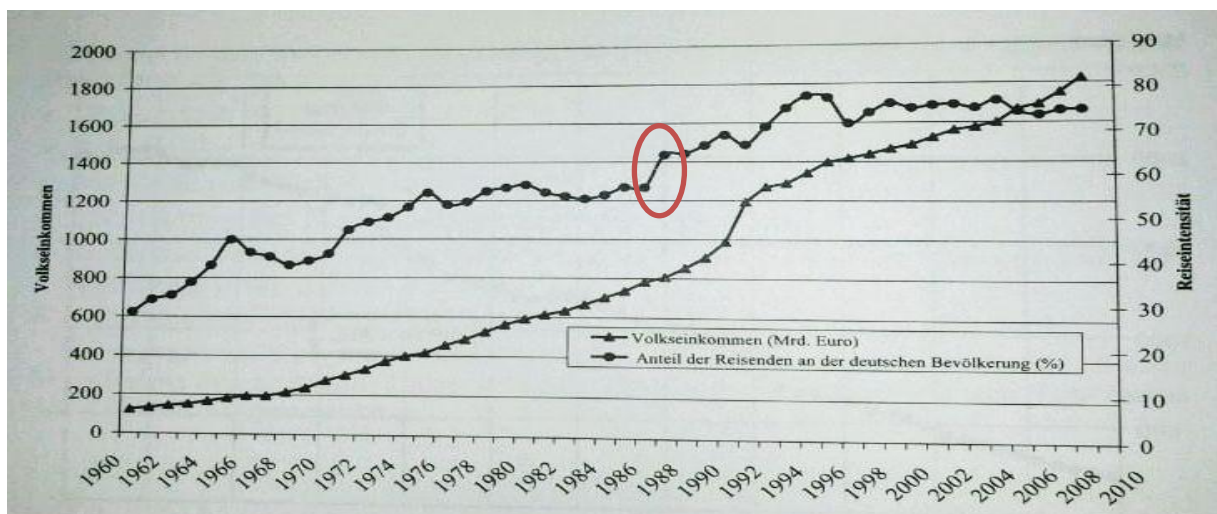
Schon damals strebte man ein einheitliches Bild der verschiedenen Institutionen an, was sich 2012 schließlich verwirklichte. Dieser Punkt wird in Kapitel sieben näher beleuchtet.

Auch die Bevölkerungszahl stieg weiterhin, aufgrund der Wiedervereinigung und der daraus resultierenden Öffnung Osteuropas, an.<sup>50</sup>

Ferner gründeten sich für eine anpassungsfähige und offene Wirtschaft städtische Gesellschaften wie die Andernach GmbH, die Stadtwerke Andernach GmbH und die Stadtentwicklungs- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH.<sup>51</sup>

Dies waren die Vorreiter der heutigen Andernach.net GmbH – Gesellschaft für Tourismus, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung, über die im 6. Kapitel noch ausführlicher berichtet wird.

### 5.35. 1990 – 2012



**Abbildung 3: Die Reiseintensität im Verhältnis zum Volkseinkommen** nach Freyer, Walter: Tourismus, 2011, S. 24

In dieser Abbildung wird die Reiseintensität in Prozent im Verhältnis zum Volkseinkommen in Milliarden dargestellt.

Es ist zu erkennen, dass in der Zeit 1987 bis 1990 ein starker Anstieg zu verzeichnen ist. Der Fall der Mauer 1989 ist hier ein ausschlaggebendes Ereignis, sowie die sich stetig verbesserte Wirtschaftslage führte zu einem vermehrten Reiseaufkommen.

In den darauffolgenden Jahren ist weiterhin ein Anstieg der Reisen, trotz kleinerer Kriseneinbußen durch Wirtschaft und steigender Arbeitslosigkeit, zu verzeichnen.

Man könnte sagen, dass seit der Jahrtausendwende und der damit verbundenen Euro-Einführung 2002 der Tourismus seine Hochphase in den 90er Jahren erreicht hatte und seitdem eher stagniert.<sup>52</sup>

<sup>50</sup> Vgl. Heyen, Hans-Josef: Andernach, 1994, S. 398

<sup>51</sup> Ebd. S. 354 ff.

Dennoch entwickelt sich in dieser Zeit in Andernach das Bewusstsein, dem touristischen Wirtschaftszweig eine noch größere Bedeutung zu schenken. Mit der Eröffnung des Geysir-Erlebnisentrums 2009 wurde ein fundamentaler Grundstein gelegt. Mit dem in der Region einzigartigen Naturschauspiel des Kaltwassergeysirs gewann die Stadt an touristischen und ernstzunehmenden Stellenwert. Aber auch das Etablieren der Premium-Wanderwege seit 2009 veranlasste verantwortliche Personen sich über weitere Maßnahmen im Wandersegment Gedanken zu machen und sich die Frage zu stellen, wie man diese aufsteigende Branche zukünftig und bestmöglich für die Stadt nutzen kann.

## 6. Heutiger Stand des Tourismus in der Stadt Andernach

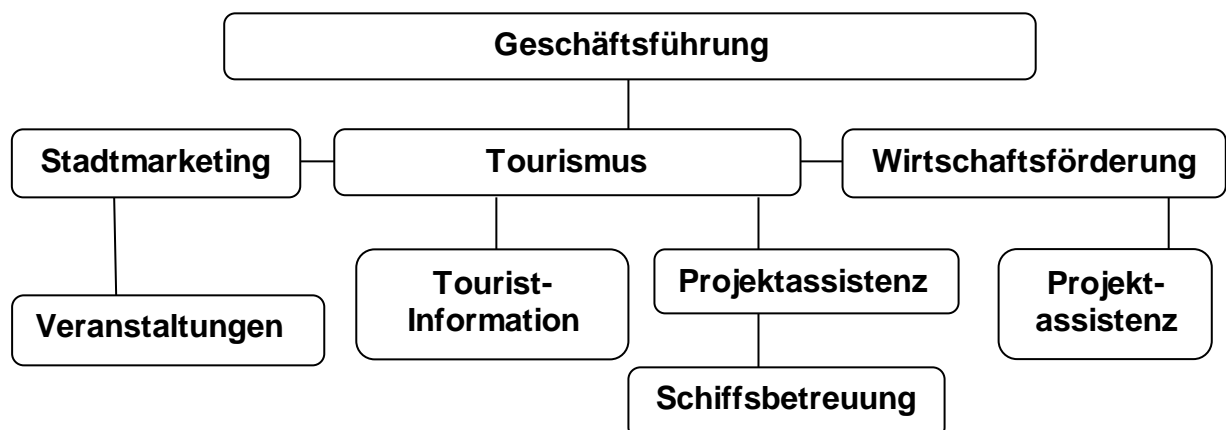
### 6.1 Die Andernach.net GmbH

Für die touristischen Maßnahmen und Angebote ist die Gesellschaft für Tourismus, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung, kurz die Andernach.net GmbH, verantwortlich.

Die Andernach.net, Gesellschaft für Stadtmarketing, Wirtschaft und Tourismus mbH, ist seit 2002 eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung, bei der der alleinige Gesellschafter die Stadt Andernach ist. Sie ist neben der Geysir.info, den Stadtwerken, dem Kulturstadtrat und der Perspektive eine Tochtergesellschaft der Stadt.

Aufgaben des Unternehmens sind die Durchführung von Wirtschaftsförderungsmaßnahmen, die Organisation und die Vermarktung von touristischen Angeboten, sowie die Steigerung der Attraktivität der Stadt Andernach als Fremdenverkehrs-, Einzelhandels-, Gewerbe- und Freizeitstandort zu koordinieren und zu planen.<sup>53</sup>

#### 6.1.1 Organigramm der Andernach.net GmbH



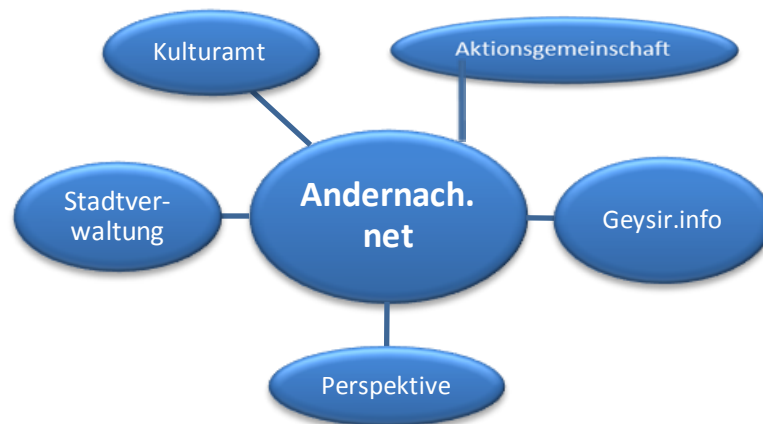
**Abb. 4: Organigramm der Andernach.net GmbH**

In eigener Darstellung nach mündlicher Überlieferung der Andernach.net GmbH

<sup>52</sup> Vgl. Freyer, Walter: Tourismus, 2011, S. 24

<sup>53</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

### 6.1.2 Die weiteren Tochtergesellschaften und Kooperationen



**Abbildung 5: Aufbau der Andernach.net GmbH**

In eigener Darstellung nach mündlicher Überlieferung durch die Andernach.net GmbH

#### Die Geysir.info gGmbH



Im Bereich Tourismus arbeitet die Andernach.net GmbH mit der Geysir.info gGmbH zusammen. Die Mitarbeiter der Geysir.info kümmern sich um die Reservierungen von Gruppen oder Einzelpersonen, die den Geysir besuchen möchten, stellen die Tickets aus und verwalten den Geysir Shop. Außerdem stehen Scouts in der Ausstellung als Ansprechpartner zur Verfügung. Die Ausstellung im Geysir-Erlebniszentrum thematisiert den Ursprung des Geysirs und dessen chemische und physikalische Grundlagen. Die Touristen können somit auf spielerische Art und Weise die Funktionsweise des Kaltwassergeysirs kennenlernen.

#### Das Kulturamt

Das Kulturamt plant und organisiert, zusammen mit der Andernach.net GmbH städtische Veranstaltungen wie die Kirmes „Michelsmarkt“, diverse Karnevalsveranstaltungen oder Märkte, wie der Frühlingsmarkt oder das alljährliche Fest der 1.000 Lichter. Ebenfalls werden Theater- und Konzertveranstaltungen in der städtischen „Mittelrheinhalle“ inszeniert. Die Durchführung geschieht, neben der Zusammenarbeit mit der Andernach.net GmbH auch mit der Stadtverwaltung, der Stadtbücherei, dem Stadtmuseum, der Musikschule und der Volkshochschule.

### Die Aktionsgemeinschaft Andernach aktiv e.V.



Ein Zusammenschluss von Einzelhändlern, Handwerkern, Dienstleistern und Freiberuflern bilden die Aktionsgemeinschaft. Die Andernach.net GmbH ist ein Mitglied dieser Gemeinschaft. In Form einer Werbegemeinschaft wird für die Kommunikation mit Kunden und das Stadtmarketing gearbeitet. In gemeinsamer Absprache werden beispielsweise verkaufsoffene Sonntage geplant.

### Die Perspektive gGmbH



Die Perspektive ist eine gemeinnützige GmbH, die bei der Wiedereingliederung von Langzeitarbeitslosen ins Berufsleben hilft. Sie arbeitet ressourcenorientiert mit dem Fokus auf die jeweiligen Stärken und Interessen der Klienten und dient somit als Vermittlungsstelle zwischen den verschiedenen Arbeitsfeldern und den arbeitslosen Menschen. Die Stadtpflege bietet im Rahmen von gärtnerischen Tätigkeiten eine Möglichkeit Berufserfahrung zu sammeln und auch innerhalb eines Second-Hand-Ladens lässt sich die Arbeit des Verkäufers erproben. In gemeinsamer Absprache mit der Andernach.net übernehmen die Mitarbeiter der Perspektive die Betreuung des Wohnmobilstellplatz und der „essbaren Stadt“.

## 6.2 Das Leitbild der Andernach.net GmbH

Die Mission, bzw. das Leitbild der Andernach.net GmbH besteht darin ...

... Bürger von Andernach für Andernach zu begeistern, indem sie Ideen und Ziele unter den strategischen Vorgaben der Politik bestmöglich und zukunftsorientiert umsetzen.

... dem Mitarbeiter Sinn und Erfüllung in seiner Arbeit zu geben. Hierbei gewährleistet sie einen großen Verantwortungs- und Entscheidungsspielraum und bringen die Stärken des Einzelnen in der Gemeinschaft zur Entfaltung - denn das Ganze ist mehr als die Summe der Teile.

... den Standort Andernach verantwortungsvoll zu gestalten und die Verbundenheit der Bürger mit ihrer Stadt zu stärken.

... als Dienstleister für die Stadt, ihre Bürger und Gäste aufzutreten, Kunden für ihre Produkte zu begeistern und ihnen diese in innovativer Form und bestmöglicher Qualität anzubieten.

... zufriedene Kunden als beste Werbeträger zu gewinnen. Anregungen sie aufgeschlossen gegenüber und setzen diese für die Entwicklung neuer Ideen ein.<sup>54</sup>

<sup>54</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. E-Mail vom 09. Januar 2013

### 6.3 Die Zielgruppe

Die derzeitige Zielgruppe der Region ist der Gewohnheitsurlauber. Der Gewohnheitsurlauber möchte meist nicht weit reisen, bevorzugt daher Kurzurlaube oder Tagesausflüge. Er bevorzugt die Anreise mit Bus oder dem Zug. Zudem ist er lieber in seiner gewohnten Umgebung oder dort, wo er sich auskennt, sei es auf die Umgebung oder auch die Sprache bezogen.<sup>55</sup>

Gewohnheitsurlauber in der Region Andernach sind überwiegend ältere Gäste im Seniorenalter. Sie verlangen nach touristischen Angeboten und Produkten, die auf deren Bedürfnisse abgestimmt sind. Durch den demografischen Wandel wird man sich in den kommenden Jahren mehr und mehr mit dieser Zielgruppe auseinandersetzen und auch die gesamte touristische Infrastruktur darauf einstellen müssen.

Daher überlegt die Andernach.net zurzeit, welche touristischen Produkte bereits auf diese Zielgruppe abgestimmt bzw. noch ausbaufähig sind oder gar neu entwickelt werden können. Ein Beispiel dafür sind seniorengerechte Stadtführungen oder Pauschalen, bei denen man eine Stadtführung mit einem Mittagessen in einem Restaurant nach Wahl und dem Besuch des Geysirs buchen kann.

Eine weitere zukünftige Zielgruppe wären die Gäste der Kabinenschiffe großer Reiseveranstalter (z.B. TUI). Es werden bereits Stadtführungen und Pauschalen angeboten, jedoch besteht dort noch ein erheblicher Verbesserungsbedarf, wie Erfahrungen zeigen. Dennoch sind dies sicherlich vorteilhafte Kooperationen, um den Gästen auch Andernach schmackhaft zu machen um Andernach zu einem attraktiven touristischen Standort zu machen.<sup>56</sup>

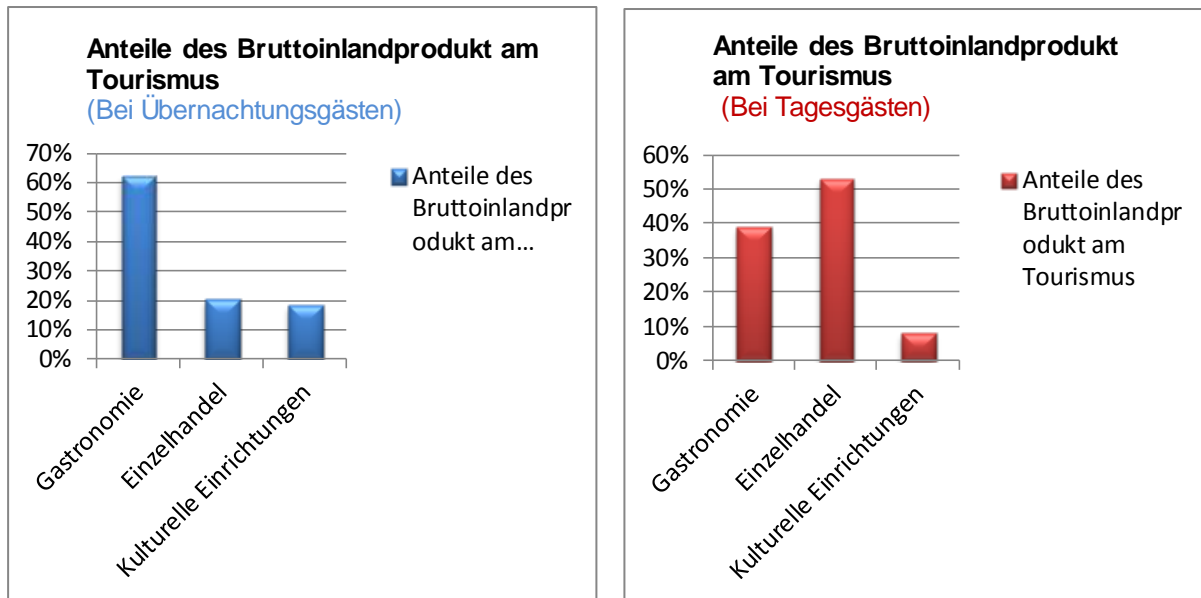
### 6.4 Aktuelle touristische Leistungsangebote:

Der Tourismus gewinnt mehr und mehr an Bedeutung für die Stadt Andernach. Statistiken belegen die steigenden Zahlen bei den Übernachtungs- und Tagesgästen, sowie bei den Buchungen der Stadtführungen und Schiffsbelegung<sup>57</sup> und nicht zuletzt die Umsatzsteigerung bei Gastronomie und Einzelhandel.

<sup>55</sup> Vgl. <http://www.invent-tourismus.de/pdf/INVENT-Gewohnheitsurlauber.pdf> Stand: 26. Dezember 2012

<sup>56</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

<sup>57</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Andernach – touristische Entwicklungen. Brief vom 27. November 2012



**Abbildung 6: Anteile des Bruttoinlandprodukts am Tourismus in eigener Darstellung nach Andernach Aktuell**

Mit 62 Prozent profitiert das Gastgewerbe und mit 20 Prozent der Einzelhandel. Wobei es bei den Tagesgästen sogar um 53 Prozent im Einzelhandel und um 39 Prozent im Gastgewerbe handelt.

Der Rest fließt in kulturelle Einrichtungen.<sup>58</sup> Es ist daran gleichzeitig zu erkennen, dass der Tourismus auch im Wirtschaftsbereich eine große Rolle spielt.

Andernach profitiert durch seine vorteilhafte Lage am Mittelrhein. Zwischen Bonn und Koblenz, den beiden Oberzentren gelegen, besteht zudem die Möglichkeit, über die Neuwieder Rheinbrücke problemlos auf die andere Rheinseite oder durch gute Zug- und Busverbindungen in die Eifel zu gelangen. Durch die historischen Sehenswürdigkeiten und dem höchsten Kaltwassergeysir der Welt verfügt die Stadt über ein Alleinstellungsmerkmal in der Region.

#### 6.4.1 Stadtführungen

Über die Internetseite [www.andernach.de](http://www.andernach.de), telefonisch oder persönlich haben Kunden die Möglichkeit eine Stadtführung zu buchen. In der Regel dauern alle Führungen 90 Minuten und können auch in Englisch, Niederländisch und Französisch gebucht werden. Insgesamt gibt es 10 verschiedene Stadtführungen. Diese sind wie folgt aufgeteilt:

<sup>58</sup> O.A: Andernach Aktuell: Tourismus bringt rund 315 Mio. € Bruttoumsatz im Jahr. Zeitungsartikel, 2012

## Historische Stadtführung

Bei dieser Stadtführung erfahren die Gäste allgemeine Informationen über die Stadt. Es beinhaltet bspw. Informationen über die Sehenswürdigkeiten und deren geschichtliche Bedeutung.

### 6.4.2 Themenstadtführungen wie...

#### Andernach – die wehrhafte Stadt

Bei dieser Führung erfahren die Gäste Wissenswertes darüber, wie die Andernacher vor vielen Jahren ihre Stadt zu verteidigen wussten. Denn noch heute befinden sich mittelalterliche Überreste der Stadtmauer und anderen Befestigungen in gutem Zustand und warten darauf, erkundet zu werden.

#### Kirchen erleben – erkunden – entdecken

Hier haben die Besucher die Möglichkeit, sich für eine von drei Kirchen (Christuskirche, Mariendom oder Hospitalkirche) zu entscheiden und Wissenswertes zu erfahren.

#### Frauenblicke mit Sektempfang

Zu Beginn wird die Gruppe mit einem Sektempfang begrüßt und anschließend über die Frauen, die in Andernach Geschichte geschrieben haben, informiert.

#### Kinderstadtführung

Ganz kindgerecht und auf spielerische Art und Weise wird Kindern die Stadt erklärt. Auf Wunsch gibt es eine kostenlose Kinderstadtrallye.

#### Sehenswürdigkeiten einzeln

Die Gäste können selbst entscheiden, welche der 14 Sehenswürdigkeiten sie besichtigen möchten. Das sind unter anderem Wahrzeichen wie der Runde Turm, der Mariendom, der alte Krahn, der Schlossgarten, das Rheintor, das historische Rathaus, sowie das Läuferkreuz, das Koblenzer Tor, die Christuskirche, die Hospitalkirche, die alte Zollstation „Bollwerk“, das Stadtmuseum, der Helmwartsturm oder das Geysir Erlebniszentrum.



### 6.4.3 Erlebnisstadtführungen

#### Wein, Turm & Gesang

Begleitet von einem mittelalterlichen Musik Duo erfährt man viel über die Zeit des Mittelalters in Andernach. Diese Führung endet bei regionalem Wein und Gebäck im historischen Rheintor.

#### Fackelführung

Mit Fackeln wird die Innenstadt bei Anbruch der Dunkelheit auf eine besondere Art und Weise erkundet.

#### Drahteselführung

Mit eigenem Fahrrad werden hier die Sehenswürdigkeiten abgefahren.

### 6.4.4 Pauschalangebot

Bei diesem Angebot haben die Kunden die Möglichkeit eine Stadtführung mit dem Geysir-Erlebnis zu verbinden. Auch ein Mittagessen ist enthalten.<sup>59</sup> In welcher Reihenfolge die Pauschale stattfinden soll, ist dem Kunden überlassen.<sup>60</sup>

### 6.4.5 Andernach – die „Essbare Stadt“

Laut dem deutschen Tourismusverband ist ein wichtiger Faktor des heutigen Städtetourismus weniger die ausgebauten Stadtstrände und Beachclubs. Es ist das Gefühl der Authentizität, die Wahrnehmung ein natürliches und unverblümtes Stadterlebnis zu empfinden.<sup>61</sup> Den Gästen von Andernach kann dieses Gefühl des natürlichen und erlebnisreichen zukünftig die Stadt durch folgendes Projekt geboten werden:

Oft heißt es in Parks oder anderen Grünflächen „Betreten verboten!“ Die Stadt Andernach jedoch hat ein Konzept zur Nachhaltigkeit entwickelt, das besagt, dass öffentliche Grünanlagen von allen Bürgern und Touristen der Stadt genutzt werden dürfen.

Ziel dabei ist es, das Heimatgefühl mit regionalen Anbauprodukten zu stärken, sowie durch besondere Art, Nachhaltigkeit zu präsentieren.

<sup>59</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

<sup>60</sup> Vgl. <http://www.andernach.de/de/tourismus/stadtfuehrungen.html> Stand: 04.01.2013

<sup>61</sup> Vgl. <http://www.deutschertourismusverband.de/presse/pressemitteilungen/aktuelle-pressemitteilungen/aktuelle-pressemitteilungen/article/zukunft-im-staedtetourismus-authentisch-statt-austauschbar.html> Stand: 05.01.2012

Man möchte sich abheben von anderen Städten, möglichst mit Sinn und einem sozialen Aspekt. „Urban gardening“, so wie dieses Projekt auch genannt wird, ist ein Vorreiter für andere Städte und erregt damit viel Aufmerksamkeit.

Am Rande der Stadtmauer wurde 2010 eine bisher eine ungenutzte Fläche zu einem „Garten für Alle“. Mit Hilfe der Perspektive und der Stadtverwaltung werden das ganze Jahr über Nutzpflanzen, sowie verschiedenes Obst und Gemüse gepflanzt, gepflegt und gepflückt. Die Staudenbepflanzung ist damit sogar ökonomischer, als eine Bepflanzung normaler Blumenbeete.

Die Produkte werden von der Permakultur (aus dem engl. **Permanent culture** = Dauerhafte Nutzfläche) aus Eich geliefert.

Dabei handelt es sich um eine sieben Hektar große, landwirtschaftlich genutzte Fläche, die in erster Linie zur Nahrungsmittelproduktion dienen soll. Mit der Zeit hat sich die Permakultur zu einem Naherholungsgebiet für Bürger entwickelt.

Seit dem Jahr 2011 werden dort auch spezielle Führungen durchgeführt, was auch Touristen auf dieses Gebiet aufmerksam macht.

Gerade in der heutigen Zeit, wo man sich wieder vermehrt auf sich selbst in Verbindung mit der Natur konzentriert, könnte dies eine wichtige Innovation im Bereich des Tourismus sein.<sup>62</sup>

Andernach hat sich mit der Idee der essbaren Stadt bei der Entente Florale<sup>63</sup> beworben und belegte gleich im ersten Jahr den ersten Platz. Auftritte beim ZDF Fernsehgarten, zahlreiche Dokumentationen im TV und dem Internet hat die Bekanntheit der Stadt erheblich gesteigert.

„Man wurde förmlich vom Erfolg überrollt!“, so Kristina Neitzert, Leitung für Tourismus. Man rechnet damit, dass ca. eine Millionen Euro für Werbemaßnahmen wie TV, Zeitungsartikel, etc. eingespart wurden. Großes Interesse und eine hohe Eigeninitiative seitens der Journalisten sorgten für diesen Aufschwung.

Seitdem kommen Touristen teilweise ausschließlich, um sich dieses Projekt anzuschauen.<sup>64</sup>

2012 wurde zum Fest der 1.000 Lichter, speziell für die Präsentation der essbaren Stadt, ein Touristenzug aus Koblenz organisiert, der von einem Andernacher Stadtführer geleitet wurde. Der Zug fuhr ca. 20 Minuten durch den Ort und die Gäste wurden von dem Stadtführer bei den jeweiligen Wahrzeichen über die wichtigsten Punkte des jeweiligen Monuments informiert.

Die letzte Station war der Schlossgarten, der an die Grünfläche grenzt. Dort stiegen die Gäste aus und gingen zu Fuß weiter und ließen sich über dieses Projekt aufklären. Auch andere Städte haben sich dieses Projekt zum Vorbild gemacht.

<sup>62</sup> Stadtverwaltung Andernach: Brief vom 27.11.2012

<sup>63</sup> Die Entente Florale (dt: gemeinsam aufblühen) ist ein Wettbewerb zur Nachhaltigkeit der Stadtentwicklung. Der Ausschuss besteht aus dem Zentralverband Gartenbau e.V., dem Deutschen Städtetag, dem Deutschen Städte- und Gemeindebund und dem Deutschen Tourismusverband

Vgl. [http://www.entente-florale-deutschland.de/content/uber\\_uns\\_organisation.php](http://www.entente-florale-deutschland.de/content/uber_uns_organisation.php) Stand: 17.12.2012

<sup>64</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

Anrufe bei der Stadtverwaltung von Städten und Gemeinden über die Organisation, Planung und Durchführung dieses Konzepts sind keine Seltenheit.

Für 2013 ist der weitere Ausbau der Fläche geplant. Informationstafeln zu den jeweiligen Gewächsen, sowie ein Flyer sollen erstellt werden, um Interessenten eine Übersicht geben zu können und Naturbegeisterte auf die Stadt aufmerksam zu machen.<sup>65</sup> Ferner wird das Projekt vermehrt mit in die städtischen Veranstaltungen eingebunden.

#### 6.4.6 Wanderwege

Der Wandertourismus ist in den letzten Jahren zu einem großen Trend geworden.<sup>66</sup> Die Flucht aus dem Alltagsleben, welches oft mit Stress und Hektik verbunden ist, ist ein Grund dafür. Man besinnt sich wieder auf sich selbst und seine reale Umwelt, welche, unter anderem, durch das ständige Wachsen des Internets mit seinen zahlreichen Kommunikationsplattformen, kurz Web 2.0 oder social Networks, beeinträchtigt wird.<sup>67</sup>

Wandern bedeutet Freiheit, Begegnung und Erlebnis. Aufgrund verbesserter Beschilderungen, sowie spezielle Touren Apps für Smartphones<sup>68</sup> verkürzt sich die Vorbereitungszeit für die Planung des Wanderns. Dies lockt insbesondere junge Leute und Familien.

Laut des Rheinland-Pfalz Tourismus gibt es zu Zeit vier Trendfelder, auf die man sich in den nächsten Jahren vermehrt konzentriert:

1. Rad-
2. Wein-
3. Gesundheit-
4. Wandertourismus.

In Andernach hat man sich erst einmal für die Förderung des Wandertourismus entschieden. Im Jahr 2009 wurde der Netterundweg am Rande der Stadt, an dem Flusslauf „Nette“ zu einem öffentlichen Rundweg erklärt. Der Weg ist acht Kilometer lang und dauert etwa 1,5 Stunden.<sup>69</sup>

Es wurden Schilder mit einem eigens entwickelten Logo und Infotafeln am Wegesrand aufgestellt, angelehnt an das Modell des Wanderleitfadens der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH. Auch der Rheinsteig, ein 320 km langer Wanderweg, rechtsrheinisch zwischen Bonn, Koblenz und Wiesbaden, richtet sich nach diesen Richtlinien in Bezug auf die Art und Weise der Beschilderung und der Wanderwegbeschaffenheit.<sup>70</sup>

<sup>65</sup> Ebd.

<sup>66</sup> Vgl. [http://www.wanderverband.de/conpresso/\\_data/Dokumentation\\_Grundlagenuntersuchung\\_Wandern.pdf](http://www.wanderverband.de/conpresso/_data/Dokumentation_Grundlagenuntersuchung_Wandern.pdf) S. 5, Stand: 02.01.2012

<sup>67</sup> Vgl. <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/13070/umfrage/entwicklung-der-internetnutzung-in-deutschland-seit-2001/> Stand: 17.12.2012

<sup>68</sup> Vgl. <http://www.wanderwunder.info/Touren-App.5988.0.html?&MP=3500-3551> Stand: 09.01.2013

<sup>69</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

<sup>70</sup> Vgl. <http://www.rheinsteig.de/> Stand: 22.12.2012



**Abbildung 21: Logo des Netterundwegs**

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/13070/umfrage/entwicklung-der-internetnutzung-in-deutschland-seit-2001/> Stand: 05.01.2013



**Abbildung 22: Logo des Rheinsteigs**

<http://www.welterbe-atlas.de/uploads/pics/rheinsteig.gif>  
Stand: 05.01.2013

In den nächsten Jahren soll das Angebot von Wanderwegen weiterhin ausgebaut werden.

Dazu konzentriert man sich auf das Gebiet auf dem Krahenberg.

Aufgrund seiner Lage am Stadtrand und einer Vielzahl von Wanderwegen, besitzt der Krahenberg ein hohes Potential, dem Wandertrend folgen zu können.

Die Wanderwege werden in naher Zukunft weiter ausgebaut: Insgesamt soll es drei Rundwege mit unterschiedlicher Weglängen geben, um weitere Gäste anzulocken.

Es bestünde die Chance, dass Touristen wiederkommen um die Wege zu erkunden, die sie beim ersten Mal nicht geschafft haben. Es werden Schilder aufgestellt werden, auf dem sich das eigens von Andernach.net entworfene Logo der Stadt wiederfindet. Damit soll die Identifikation mit der Stadt verstärkt werden.

In unmittelbarer Nähe gibt es bereits zertifizierte Wanderwege, wie die sogenannten Traumpfade<sup>71</sup> und den Rheinsteig. Man hätte sich auch einen nachweislichen Premiumweg am Krahenberg gewünscht, jedoch bietet dieser nicht die Voraussetzungen, die nach dem Leitfaden des Rheinland-Pfalz Tourismus für einen zertifizierten Premiumweg erforderlich sind.

Dennoch bietet er die Möglichkeit speziell für Andernach und Umgebung schnell zu Fuß erreichbare Wanderwege zu gewährleisten und somit dem Naherholungswunsch entgegenzukommen.<sup>72</sup>

<sup>71</sup> „Premium-Wanderwege wie die „Traumpfade“ zeichnen sich nicht nur durch wunderschöne Landschaftsszenarien und naturbelassene, abwechslungsreiche Wege aus, sondern auch durch ein nutzerfreundliches Leitsystem. So kann man sich dank ausgezeichneter Beschilderung eigentlich nicht verlaufen. Jeder Traumpfad ist nach dem anspruchsvollen Standard des Deutschen Wanderinstituts geprüft, ausgezeichnet und garantiert so höchste Qualität“

Vgl. <http://www.traumpfade.info/wissenswertes/region-rhein-mosel-eifel.html> Stand: 17.12.2012

<sup>72</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

### 6.4.7 Feste und Veranstaltungen

Das Angebot der Festlichkeiten in Andernach hat sich im Jahr 2012 verändert. Man konzentriert sich nun auf ein zielgruppengerechtes Kulturprogramm. In den letzten Jahren hat man die zahlreichen kleineren Veranstaltungen zu einem „gebundenen Package für Alt und Jung“ konzipiert. {Bürgermeister Peitz, Klaus: Mündliche Überlieferung vom 09. Januar 2013} Somit findet vierteljährig eine große Veranstaltung statt, da die kleineren finanziell nicht mehr tragbar waren. Die Zielgruppen sind vor allem die regionale Bevölkerung zwischen Bonn und Koblenz und davon insbesondere die Kinder. Der Bürgermeister Klaus Peitz bemerkt: „Wenn die Kinder sich wohlfühlen, tun das die Erwachsenen auch und kommen gerne wieder“. Dementsprechend wird auf jeder größeren Veranstaltung großen Wert auf ein kindgerechtes Angebot gelegt. Denn schon auf dem Stadtwappen heißt es: „Lebens- und lebenswerte Stadt Andernach“<sup>73</sup>

### Der Geysir-Frühling mit verkaufsoffenem Sonntag und Kirmes

Statt den ursprünglichen drei Feierlichkeiten im Frühling, das Frühlingsfest mit Kirmes, dem Frühlingsmarkt und der Geysir-Eröffnung gibt es zukünftig nur noch ein Fest, den Geysir-Frühling mit verkaufsoffenem Sonntag mit Frühlingskirmes in den Rheinanlagen.

### Das Europafest

Des Weiteren wird die traditionelle Kirchweihe von Maria Himmelfahrt gegen ein Europafest eingetauscht.<sup>74</sup> Die Kirchweihe, die seit dem 13. Jahrhundert im August gefeiert wurde, dient, aufgrund sinkender Besucherzahl, nicht mehr als Anreiz.

Mit dem Plakat- und Flyer-Slogan: „Andernach – Mit Freunden feiern“ (vgl. Anlage 3), präsentiert sich die Stadt als offen, tolerant und zeitgemäß. Zwei wichtige Punkte sollen bei dieser Veranstaltung laut Herrn Bürgermeister Klaus Peitz vermittelt werden:

*„Wir versuchen mit dem Europafest den positiven Gedanken von Europa rüberzubringen und damit gleichzeitig auf unsere Partnerstädte Stockerau, Ekeren und Dimona aufmerksam zu machen.“* {Mündliche Mitteilung vom 09. Januar 2013}

Für das Europafest wurde unter anderem mit einem Flaggen-Quiz bei Facebook geworben, welches im siebten Kapitel näher erläutert wird. Dies führte zu einem erhöhten Interesse seitens der User gegenüber dem Europafest.

<sup>73</sup> Peitz, Klaus: Bürgermeister von Andernach. Mündliche Überlieferung vom 09. Januar 2013

<sup>74</sup> Vgl.

[http://www.google.de/imgres?q=Andernach\\*Rheinanlagen\\*&start=320&um=1&hl=de&tbo=d&rlz=1G1LENN\\_DED E473&tbn=isch&tbnid=gzxD-a-FA9ptmM:&imgrefurl=http://www.localbook.de/andernach-56626/ol/130000309204&docid=E\\_powvHdiCMDxM&imgurl=http://www.localbook.de/temp/pics/013000000130000208901\\_800x600.jpg&w=426&h=600&ei=2MfMULuLII\\_Kswat5IGIAw&zoom=1&iact=hc&vpx=768&vpy=175&dur=1221&hovh=267&hovw=189&tx=82&ty=135&sig=111918823344596059336&page=12&tbnh=150&tbnw=111&ndsp=30&ved=1t:429,r:24,s:300,i:76&biw=1366&bih=643](http://www.google.de/imgres?q=Andernach*Rheinanlagen*&start=320&um=1&hl=de&tbo=d&rlz=1G1LENN_DED E473&tbn=isch&tbnid=gzxD-a-FA9ptmM:&imgrefurl=http://www.localbook.de/andernach-56626/ol/130000309204&docid=E_powvHdiCMDxM&imgurl=http://www.localbook.de/temp/pics/013000000130000208901_800x600.jpg&w=426&h=600&ei=2MfMULuLII_Kswat5IGIAw&zoom=1&iact=hc&vpx=768&vpy=175&dur=1221&hovh=267&hovw=189&tx=82&ty=135&sig=111918823344596059336&page=12&tbnh=150&tbnw=111&ndsp=30&ved=1t:429,r:24,s:300,i:76&biw=1366&bih=643) Stand: 15.12.2012

Vermehrt wurde nachgefragt, was in der Stadt passiert, da die Facebookseite von Andernach.net und der Geysir.info plötzlich „so bunt“ sei.<sup>75</sup>

### Die Kulturnacht mit anschließendem Familiensonntag

Eine besondere Veranstaltung ist seit 2001 die Kulturnacht, die an einem Samstag Anfang September stattfindet. An diesem Tag präsentiert die Stadt, was sie kulturell zu bieten hat und was sie so besonders macht.

Verschiedene Plätze in der Innenstadt werden zur Bühne für Musiker, Kunstausteller und Akrobaten. Auch kulturelle Einrichtungen wie das Museum, das Rathaus und die Stadtbücherei präsentieren sich in einem besonderen Licht. Viele Gäste aus den umliegenden Orten reisen an, da es eine solche Veranstaltung nur in den größeren Städten wie Bonn oder Koblenz gibt. Mit etwa 12.000 Besuchern im Jahr 2011 zeigt Andernach, dass auch Kleinstädte ein großes Angebot an Kultur vorzeigen können.<sup>76</sup>

Da auch die Anzahl der anreisenden Familien durch den Geysir erheblich gestiegen ist<sup>77</sup>, wird auch der Familiensonntag, nach der Kulturnacht Anfang September ein fester Bestandteil der Stadt. Der Marktplatz verwandelt sich in ein Indianerdorf oder die Altstadt kann im Rahmen einer Kinder-Stadtrallye erkundet werden. *„Da wo man als Kind gerne war, dort möchte man auch als Erwachsener wieder einmal hin“*, so der Bürgermeister.

### Der Adventsmarkt mit „lebender Krippe“

An den vier Wochenenden vor dem Heiligen Abend wird auf dem historischen Marktplatz, neben einem Weihnachtsmarkt die Weihnachtsgeschichte dargestellt. Dazu wird speziell ein großer Stall mit einem Streichelzoo mit echten Tieren wie Schafe, Esel und Ziegen aufgebaut. Die Aufführungen finden jeweils von Freitag bis Sonntag zweimal täglich statt. Dazu wird ein Tonband abgespielt, wozu echte Darsteller agieren. Diese Aufführung besteht bereits seit 21 Jahren und lockt jährlich nicht nur die Bevölkerung aus den umliegenden Städten an. Auch internationale Besucher aus England und den Niederlanden kommen jedes Jahr, um sich diese Besonderheit anzuschauen.

Da diese Art von Aufführung gibt es noch lediglich in Kastellaun und Strotzbüsch. Da diese Orte jedoch nicht im näheren Umkreis liegen, hat Andernach den Vorteil eines Alleinstellungsmerkmals in der Region.

<sup>75</sup> Everling, Charlotte: Sachbearbeiterin des Kulturamtes Andernach. Mündliche Mitteilung vom 09. Januar 2013

<sup>76</sup> Vgl. [https://www.rhein-zeitung.de/regionales\\_artikel,-Kultur-satt-Andernach-bietet-buntes-Programm-\\_arid,470214.html](https://www.rhein-zeitung.de/regionales_artikel,-Kultur-satt-Andernach-bietet-buntes-Programm-_arid,470214.html) Stand: 09. Januar 2013

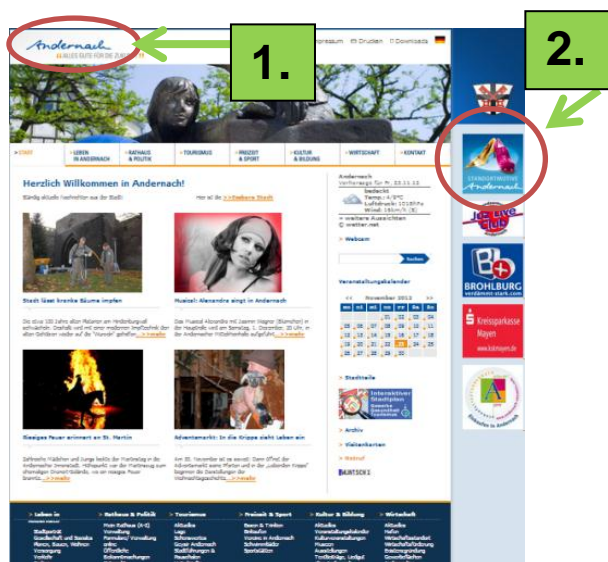
<sup>77</sup> Vgl. Geysir.info GmbH: Geysir-Besucherbefragung 2012, Brief vom 27.11.2012

## 7. Andernach im Internet

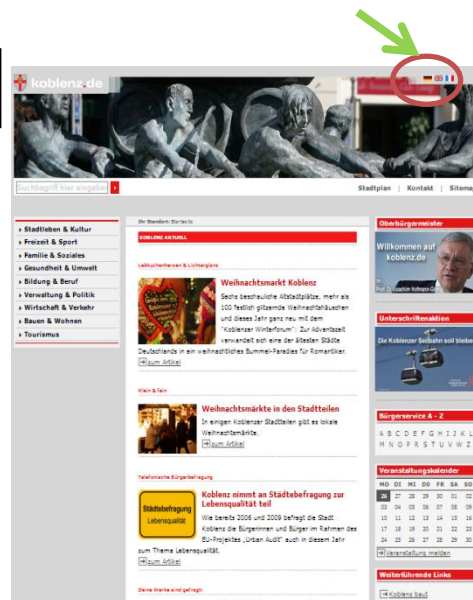
In diesem Kapitel wird die Präsentation im Internet der Stadt Andernach mit der der Stadt Koblenz verglichen.

Koblenz liegt 20 Minuten Autofahrt von Andernach entfernt und zählt, neben Trier und Mainz mit 106.926 Einwohnern (Stand am 31.12.2011)<sup>78</sup> zu den größten Städten in Rheinland Pfalz mit einem hohen Touristenaufkommen. Koblenz erreicht im Jahr 2010 500.000 Übernachtungen<sup>79</sup>. In Andernach waren es 2010 lediglich 53.973 Übernachtungen.<sup>80</sup>

### 7.1 Webseitenvergleich von Andernach mit Koblenz



**Abbildung 7: Andernacher Website**  
<http://www.andernach.de/de/startseite/startseite.html>  
 Stand: 25.11.2012



**Abbildung 8: Koblenzer Website**  
<http://www.koblenz.de/startseite/index.html> Stand: 26.11.2012

Auf der Startseite der Website (Abb. 7), bildet ein großes Bild der Andernacher Bäckerjungen (Sagenfiguren) einen sog. „Eyecatcher“ (dt. Hingucker). Darunter befindet sich eine Leiste mit Schlagworten, womit sich die Seite beschäftigt. Somit hat der Besucher gleich einen guten Überblick.

Gleich unter der Themenleiste werden die vier wichtigsten und aktuellen Informationen mit Bildern hervorgehoben und der Besucher ist sofort darüber informiert, welche Veranstaltung in kürze stattfindet oder was gerade in der Stadt passiert. Sucht der Gast ganz bestimmte Informationen, hat er auf der rechten Seite die Möglichkeit ein Schlagwort in die Suchmaschine einzugeben.

<sup>78</sup> Vgl. [http://www.koblenz.de/bilder/Statistik/Statistisches\\_Jahrbuch/statistisches\\_jahrbuch\\_2012.pdf](http://www.koblenz.de/bilder/Statistik/Statistisches_Jahrbuch/statistisches_jahrbuch_2012.pdf)  
 Stand: 03.01.2013

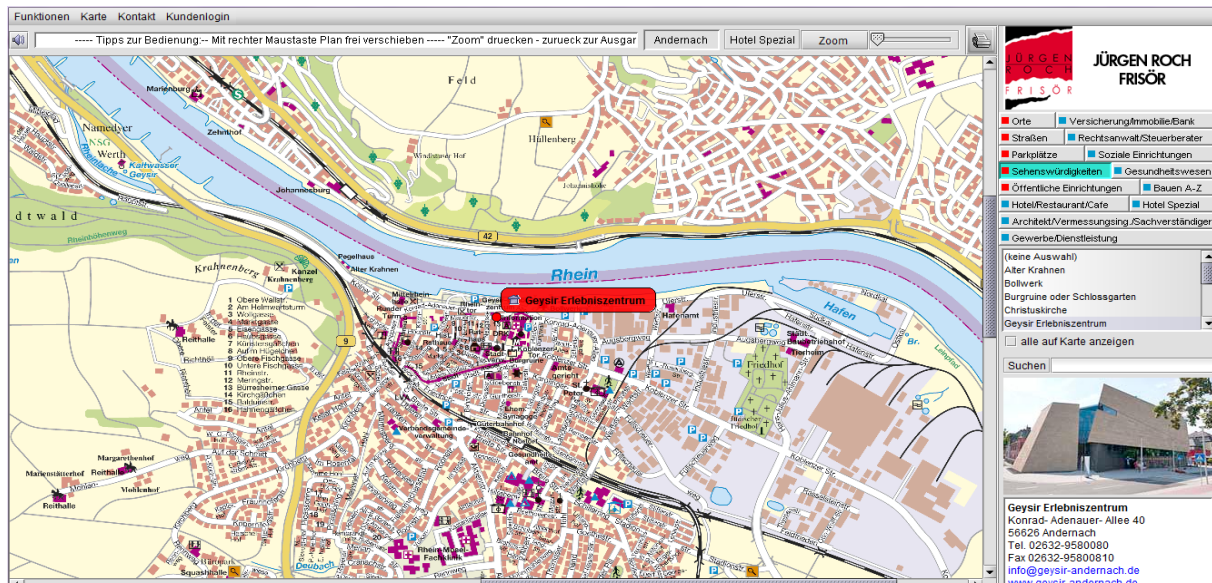
<sup>79</sup> Ebd. S. 245

<sup>80</sup> Neitzert, Kristina, Andernach – touristische Entwicklungen, Brief vom 27.11.2012



Möchte man eine genaue Standortposition von öffentlichen und sozialen Einrichtungen, Hotels, Parklätzen oder Dienstleistungen in Erfahrung bringen, bietet der Button „interaktiver Stadtplan“ die Möglichkeit dazu.

In einem neuen Fenster öffnet sich der Stadtplan mit den jeweiligen Schlagworten. Klickt man auf eines der Schlagworte öffnet sich ein Unterfenster mit den jeweiligen Institutionen. Klickt man wiederum auf eine der Institutionen, wird direkt auf dem Stadtplan der Standort farblich gekennzeichnet.



**Abbildung 9: Interaktiver Stadtplan Andernach**

<http://www.internetstadtplan.com/Andernach20115/revilakmap.html> Stand: 19.12.2012

Dieses Tool ist sehr leicht zu verstehen und überschaubar und erspart die Suche nach einzelnen Adressen. Auch auf der Koblenzer Webseite ist eine Art Stadtplan vorhanden. Allerdings ist dieser noch nicht ganz ausgereift und deutlich unübersichtlicher. Auf die Startseite trifft dies ebenfalls zu. Insgesamt bewerte ich die Internetpräsenz der Stadt Andernach als wesentlich übersichtlicher als die der Stadt Koblenz, da die Informationen kompakter und für den Nutzer unkomplizierter nutzbar und einsichtiger sind.

Es fällt auf, dass die Andernach.net versucht den Leser mit aussagekräftigen Bildern zu überzeugen und neugierig machen möchte und nicht mit langen Texten von der gewünschten Wirkung der Information ablenken will.



Zu 1. „Andernach – Alles Gute für die Zukunft“ heißt der Slogan der Stadt. Bereiche wie die Stadtwerke, die Stadtverwaltung oder das Kulturstad sollen zukünftig als Einheit auftreten.

**Abbildung 10: 1. Auszug der Website von Andernach.net**

<http://www.andernach.de/de/startseite/startseite.html> Stand: 25.11.2012



Bisher hatte jede Einrichtung seinen eigenen „Andernacher“ – Schriftzug, was er auf dem eigenen Briefpapier, Flyer oder Plakate kommunizierte.

Um die Stadt zukünftig als Einheit zu präsentieren, entwickelte man 2010, im Rahmen der Corporate Identity einen einheitlichen Schriftzug, der für alle öffentlichen Einrichtungen gilt. Für die externe Kommunikation wurde im August 2012 ein neues Briefbögen-Design entwickelt, welches von jedem benutzt wird. Diese Marke ermöglicht eine höhere Kompatibilität und Synergien innerhalb der verschiedenen Unternehmen und fördert die Identifikation mit der Stadt.



**Abbildung 11: 2. Auszug der Website von Andernach.net**  
<http://www.andernach.de/de/startseite/startseite.html> Stand: 25.11.2012

Zu 2. Ein Problem in Andernach sind zahlreiche leerstehende Geschäftsflächen in der Innenstadt. Diese gehören entweder der Stadt oder privaten Eigentümern. Die Wirtschaftsförderung vermittelt diese Flächen an Interessenten. „Man versucht einen gesunden Branchenmix herzustellen, aber oft gehen Angebot und Nachfrage nicht konform.“, so Ana Fajardo, Assistentin der Geschäftsleitung der Wirtschaftsförderung. Um diesem „Aussterben“ entgegenzuwirken, entwickelte man 2012 eine Standortkampagne. Im Rahmen der Corporate Identity wurde eine Wort – Bild – Marke entwickelt, in Form von verschiedenen Slogans, um Andernach als Wirtschaftsstandort interessant zu machen und Stärken hervorzuheben. (Vgl. Anhang 2). Hier ein Beispiel der Marketing Strategie:

Klickt man auf der Website diesen Button, so öffnen sich verschiedene Fenster



**Abbildung 12: Slogan – Standfeste Vorteile**  
[http://www.andernach.de/de/wirtschaft/standfeste\\_vorteile.html](http://www.andernach.de/de/wirtschaft/standfeste_vorteile.html) Stand: 26.12.2012

„Standfeste Vorteile“ als Schriftzug in der Mitte des Bildes, um deutlich zu machen, worum es geht. Die Vorteile werden durch die Bilder der zwei Schuhe und dem runden Turm deutlicher gemacht. Der feste und resistente Wanderschuh, sowie der Business Schuh stehen für die wachsenden Branchen in der Stadt, dem Wander- und Geschäftstourismus. Was man nicht sofort erkennt ist, dass diese Schuhe so aufgestellt sind, dass sie mit dem hellen Kreis ein „A“ ergeben. In den nächsten Jahren soll dieses „A“ auf den nächsten Flyern immer deutlicher erkennbar werden. Um die Standfestigkeit der Stadt zu unterstreichen, hat man sich für das Wahrzeichen des runden Turms entschieden, der 1698 von den Franzosen bombardiert wurde, doch aufgrund seiner vier Meter dicken Mauer nicht zu Fall gebracht werden konnte. Diese Schrift – Bild – Kampagne soll in den nächsten Jahren auch für den Tourismus weiter ausgebaut werden. Weitere Beispiele sind in den Anlagen aufgezeichnet.

### 7.1.1 Optimierungsmöglichkeiten der Website



**Abbildung 13:3. Auszug der Website von Andernach.net**

<http://www.andernach.de/de/startseite/startseite.html>  
Stand: 25.11.2012

Zu 3. Auf der Koblenzer Seite ist es möglich, die Internetpräsenz in unterschiedlichen Sprachen aufzurufen – Englisch und Französisch. Für Andernach würde sich eine vergleichbare Idee lohnen. Da die Anzahl der niederländischen Gäste in Andernach hoch ist, würde sich Niederländisch als weitere Sprache anbieten.

Des Weiteren wäre es gut, Besucher direkt auf der Startseite die Möglichkeit zu geben, eine Unterkunft zu buchen, wie das beispielsweise auf der Trierer Website der Fall ist. (<http://www.trier-info.de>).

Auf der Andernacher Website müssen sich die Besucher erst durch einige Seiten klicken (Tourismus → Unterkünfte → Hotels, Ferienwohnung oder Wohnmobilstellplatz → es öffnet sich eine neue Seite → eine Auswahl von verschiedenen Unterkunftsmöglichkeiten öffnet sich und man muss noch einmal jedes Hotel einzeln anklicken und sich dann entscheiden).

Einfacher wäre es die Buchungssuchmaschine so zu gestalten, dass bei einer ausgefüllten Angabe des Gastes über die Unterkunftsart, Aufenthaltsdauer und Zimmerart, zunächst die Unterkunft, die auf die Angaben am ehesten zutrifft angezeigt wird und darunter die Alternativen.

## 7.2 Das Web 2.0

Das Web 2.0 ist heutzutage für das Marketing so gut wie unumgänglich geworden. Ca. 96% der unter 30-Jährigen Nutzern gehören 2011 einer social Community an. Bei den 30 – 49-Jährigen sind es bereits an die 80%.<sup>81</sup> Das meist genutzte Portal ist dabei Facebook. Mit 19,77 Mio. Teilnehmern ab 14 Jahren bietet es, im Gegensatz zu anderen Plattformen, die Möglichkeit, sich auf internationaler Ebene kennenzulernen, sich zu unterhalten und auszutauschen. Anders ist es bei den regionalen Webseiten wie „wer-kennt-wen“, mit 3,56 Mio. Nutzern oder „studiVZ“ mit 2,56 Mio. Nutzern. Aufgrund zunehmender Internetnutzung, möglich durch Smartphones, Tablets und Laptops, verbringen wir deutlich mehr Zeit im Netz, als noch vor wenigen Jahren. Die meisten Menschen verbringen ihre Zeit im Internet ab 18.00 Uhr.

Nach der Arbeit hat man hier die Möglichkeit des sogenannten „Cocooning“, dem Rückzug ins Privatleben.<sup>82</sup> In der nachfolgenden Tabelle wird die durchschnittliche Nutzungsdauer im Jahre 2012 in social Networks dargestellt, sowie die Anzahl der freien Zeit pro Tag in Stunden.

Nutzungsdauer pro Tag		Anzahl der freien Zeit pro Tag	
14 – 16 Jahren	62 – 77 Minuten	Jugendliche	4,49 Stunden
30 – 39 Jahren	48 Minuten	Junge Erwachsene	4,12 Stunden
40 – 49 Jahren	30 Minuten	Familien	3,10 Stunden
Ab 50 Jahren	33 Minuten	Jungsenioren	3,59 Stunden

**Tabelle 1: Nutzungsdauer des social Networks am Tag**

Eigene Darstellung nach:  
[http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012\\_Busemann\\_Gscheidle.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Busemann_Gscheidle.pdf) Stand: 27.12.2012

**Tabelle 2: Anzahl der Stunden, in denen man tun und lassen kann, was man möchte**

Eigene Darstellung nach:  
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/200164/umfrage/umfrageergebnisse-zum-freizeitumfang-an-einem-werktag/> Stand: 27.12.2012

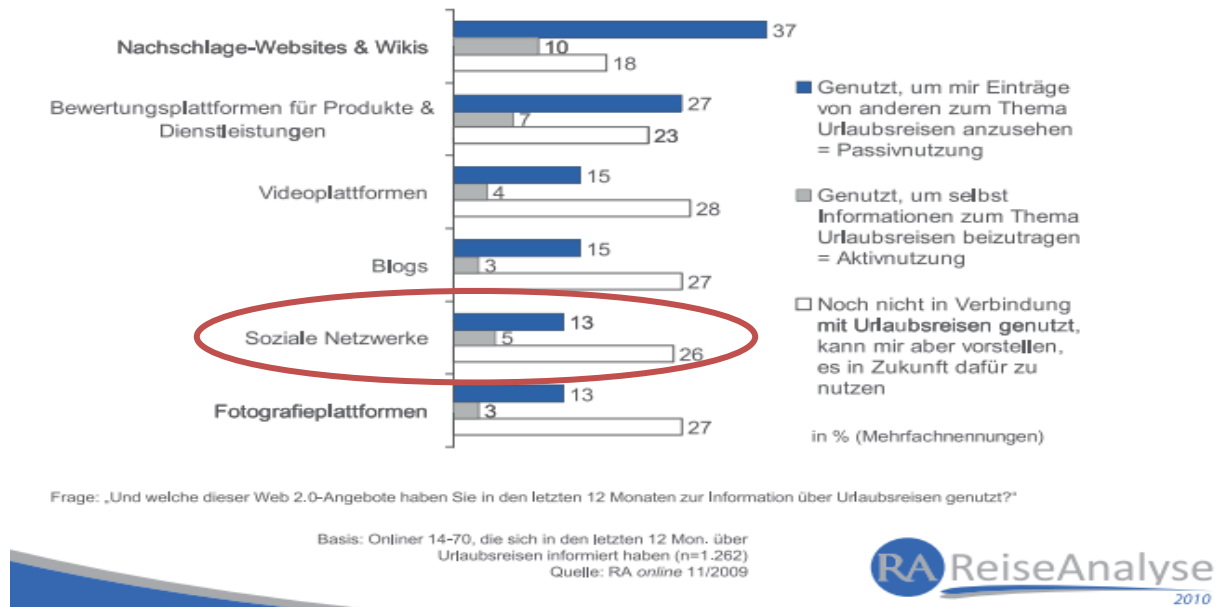
Mit dieser Abbildung wird deutlich, welchen Stellenwert die sozialen Netzwerke im Alltagsleben einnehmen. Laut Statista, haben Jugendliche und Jung-Erwachsene im Schnitt rund 4,3 Stunden Freizeit am Tag. Bei Familien sind dies nur 3,10 Stunden und bei Jung Senioren 3,59 Stunden. Wenn man dies nun mit der anderen Tabelle vergleicht, so verbringen Jugendliche ca. 25% ihrer freien Zeit im Internet und Junge Senioren ca. 16%. Infolge des enormen Informationsflusses haben wir heute die Möglichkeit uns über fast jedes Thema ausreichend informieren zu können.

<sup>81</sup> Vgl. [http://www.bitkom.org/de/themen/36444\\_67667.aspx](http://www.bitkom.org/de/themen/36444_67667.aspx) Stand: 18.12.2012

<sup>82</sup> Vgl. [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012\\_Busemann\\_Gscheidle.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Busemann_Gscheidle.pdf) Stand: 27.12.2012

Das wiederum wirkt sich auch auf das Reiseverhalten aus. Egal ob ein gebuchter Pauschalurlaub oder eine Individualreise – Urlauber erkundigen sich vor Antritt ihrer Reise über ihre gewünschte Destination im Internet. (vgl. Abb. 14)

## Web 2.0 zur Urlaubsinformation



**Abbildung 14: Die Nutzung des Web 2.0 als Urlaubsinformation**

[http://www.fur.de/fileadmin/user\\_upload/RA\\_Zentrale\\_Ergebnisse/FUR\\_Reiseanalyse\\_RA2010\\_Erste\\_Ergebnisse.pdf](http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/RA_Zentrale_Ergebnisse/FUR_Reiseanalyse_RA2010_Erste_Ergebnisse.pdf) S.7  
Stand: 18.12.2012

Viele Unternehmen haben es sich zur Aufgabe gemacht, ihre Werbung gezielt in solchen „social networks“ zu platzieren. Es ist kostengünstig und zeitsparend, da das Einstellen der Werbung keines großen Aufwands bedarf. Weil die Nutzer in ihren Profilen genau angeben, wie alt sie sind, welche Interessen sie haben und was sie im jetzigen Moment machen, bietet das den Unternehmen genau die Information, die sie von ihrer Zielgruppe benötigen um eine zielgerichtete Werbung durchführen zu können. Auf Abbildung 14 erkennt man, dass soziale Netzwerke noch ein großes Potential dahingehend aufweisen, dass sich Reisende dort über ihre Urlaubsdestination informieren.

### 7.2.1 Andernach bei Facebook

Auch Andernach ist seit 2011 in einem dieser social networks, Facebook, vertreten.

„Wir haben uns für eine Seite von Andernach auf Facebook entschieden, da diese Plattform die meisten Nutzer vorweist. Facebook wird von den Leuten in dieser Region mehr genutzt, als Twitter oder andere „social networks“, berichtet Kristina Neitzert, Tourismusleitung der Andernach.net GmbH. Derzeitig (Stand 17.12.12) hat die Seite 288 „Gefällt mir“ – Angaben.

Am 19. Mai 2011 ist die Andernach.net GmbH Facebook beigetreten und informiert seit dem die Benutzer über aktuelle Ereignisse oder Veranstaltungen.



**Abbildung 15: Facebook Startseite der Stadt Andernach**

<https://www.facebook.com/andernach.net?ref=ts&fref=ts> Stand: 17.12.2012

Mit der Aussage „Andernach begeistert.“, und der dazu passenden Frage wird der Nutzer gleich auf den „Gefällt mir“ – Button aufmerksam gemacht. Auf diesem Foto werden zwei Wahrzeichen der Stadt, der runde Turm und der Mariendom abgebildet.

Auf dem Profilbild findet sich das große „A“ wieder, entsprechend dem Design, welches die Marke Andernach nach außen kommuniziert.

Auf Flyern, der Website der Stadt, sowie auf Broschüren wird auf die Facebook Seite hingewiesen. Zurzeit wird eine Mitteilung pro Woche über ein bevorstehendes oder laufendes Event oder Neuigkeiten veröffentlicht. Allerdings wäre eine Veröffentlichung alle zwei Tage noch zielbewusster. Aktuelle Themen könnten z.B. sein: Mitarbeiter am Verkaufsstand auf dem Andernacher Adventsmarkt oder Fragen wie „Welche der Sehenswürdigkeiten gefällt euch am besten?“, um damit Bedürfnisse der Andernacher und Gäste herauszufinden, um diese in zukünftigen Projekten mit einfließen zulassen. Auch ein kleines Gewinnspiel zum Thema Andernach und Umgebung einmal in zwei Monaten, könnte weitere Fans generieren. Diese Aussage lässt sich anhand der Besucherstatistik, vom 19. Mai bis 18. Juli 2012 belegen. Vom 1. Juni bis zum 28. Juni 2012 fand ein Flaggen Quiz zum bevorstehenden Europafest in Andernach statt. Jeden Tag wurde eine europäische Flagge mit jeweils zwei Fragen veröffentlicht.

Von anfänglichen 165 Usern erhöhte sich die Zahl innerhalb vier Wochen auf 235 User (Stand 31.07.2012). Vor dem Flaggen Quiz waren dies im gleichen Zeitraum etwa 10 neue Fans.

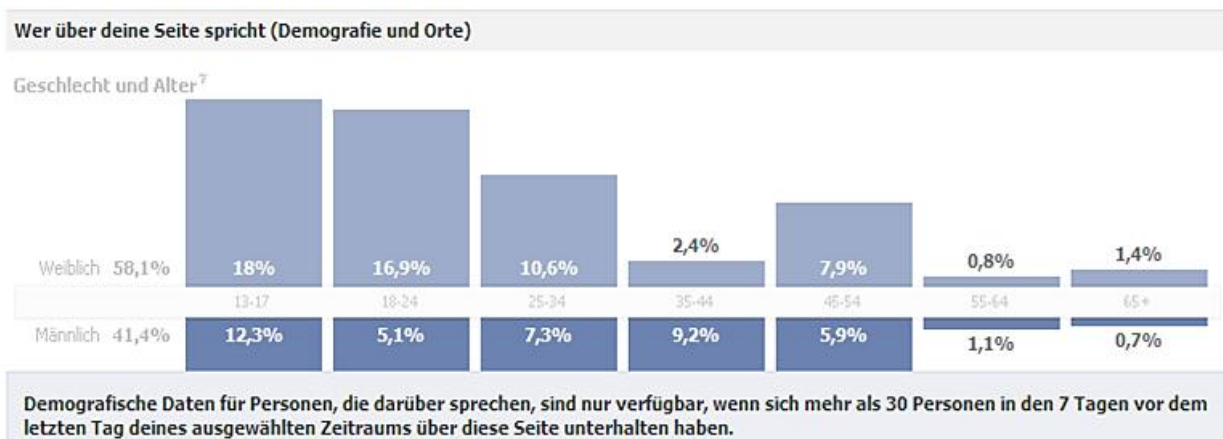
Hier ein grober Auszug aus den Besucherstatistiken. Diese Graphik zeigt nicht die Anzahl der User an, sondern ermittelt, anhand „Gefällt mir“ – Angaben, Meldungen von Beiträgen seitens der Geysir.info, Erwähnungen und Fotomarkierungen, Besuche, sowie Beiträge anderer, die Anzahl der Personen, die über die Geysir Facebook Seite sprechen.<sup>83</sup>



**Abbildung 16: Facebook Statistik des Geysirs**

[https://www.facebook.com/GeysirAndernach?sk=page\\_insights](https://www.facebook.com/GeysirAndernach?sk=page_insights) Stand: 29. 07.2012

Die nachfolgende Graphik (Abb. 17) zeigt, dass die überwiegenden Nutzer der Andernacher Facebook-Seite im Alter zwischen 13 und 24 Jahren sind. Demnach sollte man sich zukünftig vermehrt mit den Bedürfnissen dieser Altersgruppe beschäftigen und versuchen diese mit den Interessen der Andernach.net GmbH, in Bezug auf öffentliche Posts verstärkt in Einklang zu bringen.



**Abbildung 17: Demographische Daten der Andernacher Facebook-Seite**

nach schriftlicher Überlieferung der Andernach.net GmbH am 08.01.2013

<sup>83</sup> Vgl. [https://www.facebook.com/GeysirAndernach/page\\_insights\\_talking](https://www.facebook.com/GeysirAndernach/page_insights_talking) Stand: 27.12.2012



## 7.2.2 Vergleich zur Facebook Seite von Köln

Im Vergleich steht die Facebook Seite von Köln, da die Koblenzer Seite nicht anders gestaltet ist, als Andernach.

Auf der Kölner Facebook-Seite (449.044 „Gefällt mir“-Angaben, Stand: 17.12.2012) haben die Nutzer mehr Optionen, die sie anwählen können.



Abbildung 18: Facebook-Startseite der Stadt Köln <https://www.facebook.com/Koeln?fref=ts> Stand: 17.12.2012

Klickt man auf den „Willkommen“ – Button, so öffnet sich zunächst eine Seite, auf der man verschiedene Aspekte wie Wohnungen, Events, Heirat / Umzug, Hotels oder Essen / Trinken auswählen kann. Hat man sich für einen Punkt entschieden, öffnet sich in einem neuen Tab, bzw. neuem Fenster die Website des Kölner Tourismus´ mit der jeweiligen Überschrift.



Abbildung 19: Facebook „Willkommen“-Seite von Köln

[https://www.facebook.com/Koeln/app\\_345233115522929](https://www.facebook.com/Koeln/app_345233115522929) Stand: 19.12.2012

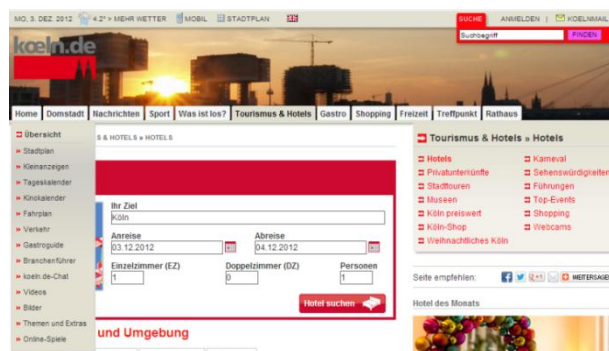


Abbildung 20: Hotelreservierungssystem von Köln

<http://www.koeln.de/tourismus/hotels> Stand: 19.12.2012

Unter der Rubrik Videos bzw. Youtube finden sich zahlreiche Videos über die Stadt Köln. Aktuelle Informationen werden zu einer kurzen Dokumentation zusammengefasst und verfilmt.

Auf der Seite öffnet sich dann automatisch die neuste Meldung in Form eines Youtube Videos. Allerdings sind dies spezielle Programme, die installiert werden müssen und mit einem hohen Kostenaufwand verbunden sind.<sup>84</sup>

Fraglich wäre, ob sich die Kosten auf lange Sicht bei einer solch geringen Anzahl an „Likes“ auszahlen. Dennoch könnten diese auch für die Facebook-Seite von Andernach interessant sein. Nutzer würden die Seite weiterempfehlen und damit weitere User generieren. Durch einen hohen Bekanntheitsgrad bei Facebook wird die Stadt auch bei Jüngeren attraktiver.

Des Weiteren wäre es auch denkbar, monatliche Angebote für den Geysir-Shop an die User zu kommunizieren und damit das Kaufverhalten der Kunden zu steigern. Denn ein Kunde sucht auf diesen Seiten nicht ein bestimmtes Produkt, sondern wird eher zufällig auf einen Artikel aufmerksam.<sup>85</sup> Um dies allerdings gewährleisten zu können, sollte sich ein Mitarbeiter mit der Internetpräsentation beschäftigen. Zurzeit herrscht noch keine klare Organisationsstruktur und klare Ziele wurden nicht definiert. Dabei könnte bspw. ein Ziel die Identifikation mit der Stadt, seiner Kultur und Tradition sein. Eine öffentliche Mitteilung seitens Andernach.net soll die Fans dazu ermuntern, sich ebenfalls zu einem Thema zu äußern.

Ein zukünftiges Projekt der Andernach.net GmbH wird ab nächstem Jahr eine neue Imagebroschüre sein. In dieser wird eine imaginäre Person von ihrer Reise durch Andernach berichtet. Am Ende wird der Leser dazu aufgefordert, sich ebenfalls über seinen Aufenthalt im Ort zu äußern. Dies kann dann in Form eines Briefes oder einem Eintrag bei Facebook geschehen. Denkbar wäre es auch, die Geschichte um diese Person als „Stadt – Maskottchen“ weiter auszubauen, um damit der Stadt ein „Gesicht“ zu geben. Bei Facebook könnte man diese als „Reiseführer“ ergänzen, der bei Fragen, Beschwerden oder Anregungen als „Ansprechpartner“ agiert.<sup>86</sup>

## 8. Der Geysir Andernach

### 8.1 Lage des Geysirs

In Andernach, im Stadtteil Namedy auf der 21 Hektar großen<sup>87</sup> Halbinsel „Namedyer Werth“, befindet sich einer von noch 12 aktiven Kaltwassergeysiren der Welt. Der Name dieser Insel stammte aus dem 16. Jahrhundert, wo man das erste Mal von „uff dem Werde“, „Auf der Insel“ gesprochen hatte.<sup>88</sup>

<sup>84</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

<sup>85</sup> Vgl. <http://allfacebook.de/allgemeines/facebook-als-schlüssel-zum-erfolg-für-klein-und-mittelstandische-unternehmen-gastartikel-teil-1/> Stand: 18.12.2012

<sup>86</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

<sup>87</sup> Vgl. Ruth Arera-André: Andernacher Annalen 3. 1999/2000, Seite 49

<sup>88</sup> Ebd. S. 52



## 8.2 Funktionsweise eines Kaltwasser Geysir

Das Phänomen des Geysirs lässt sich leicht an dem Beispiel einer Sprudelwasserflasche erklären.

Diese steht in der Regel unter Druck. Schüttelt man sie und öffnet danach den Deckel, wird man oft durch ein Zischen und eine Wasserfontäne überrascht. Ähnlich passiert das mit dem Geysir.

Die Gesteinsschichten im Untergrund bestehen in der Andernacher Region aus wasserundurchlässigem Schiefer. Aufgrund der Plattentektonik kam es jedoch zu Verschiebungen, die Risse im Gestein verursachten. Diese Klüfte füllen sich mit Kieselsäure, einem flüssigen Gemisch aus Wasser, Mineralien und Kohlenstoffdioxid ( $\text{CO}_2$ ). Mit der Zeit setzen sich jedoch diese Mineralien, Quarz, an den Rändern dieser Spalten ab und verschließen diese. Auf dem Namedyer Werth, kam es jedoch nicht zu dieser Schließung, wodurch weiterhin Kieselsäure fließen kann.

Mit dem Bau des Brunnens schuf man eine Art „Filteranlage“, in der lediglich Wasser und  $\text{CO}_2$  einströmen kann.

Die Voraussetzung für den Geysir-Ausbruch sind Druck, Wasser und Gas.

Der Brunnen ist 350 Meter tief. Der Druck an der Erdoberfläche (Meeresniveau) ist ein Bar und nimmt, in Bezug auf die Wassersäule, alle 10 Meter in die Tiefe um etwa 10 Bar zu. Das bedeutet, dass am Brunnenboden ein Druck von ca. 36 Bar herrscht. Nun sollte man wissen, dass Wasser bei zunehmendem Druck mehr Gasmoleküle aufnehmen kann, da diese sich komprimieren lassen. Da jedoch ständig neues  $\text{CO}_2$  einfließt, ist das Wasser irgendwann gesättigt und kann keine weiteren Moleküle mehr aufnehmen. Das bedeutet, dass sich nachströmendes  $\text{CO}_2$  bspw. bei 300 Metern ansammeln muss, wo der Druck geringer und das Wasser noch nicht gesättigt ist. Je höher sich jedoch das Gas ansammeln muss, desto größer wird das Volumen der Gasbläschen, die sich bei abnehmendem Druck entfalten können. Das Volumen dieser Blasen entspricht dem Volumen Wasser, das von diesen nach oben gedrückt wird. Da es aber auch passiert, dass die Bläschen sich mit zunehmender Höhe und Volumen miteinander verbinden, kommt es zu einer sogenannten großen Kolbenblase, die bis zu 15 Meter lang werden kann. Mit der Abnahme des Drucks in der Höhe, nimmt das aufsteigende  $\text{CO}_2$  an Geschwindigkeit zu, welche schließlich ausschlaggebend für die Höhe der Eruption ist. Nach dem Ausbruch ist der Brunnen völlig entleert. Neues Wasser fließt von den Seiten zu, welches wieder mit Gas angereicht wird, bis es zum nächsten Ausbruch kommt.

Des Weiteren spielt das Gewicht des Wassers eine zentrale Rolle. Denn dieses sorgt unter anderem für den großen Druck in der Tiefe. Wenn das  $\text{CO}_2$  das Wasser nach oben und damit aus dem Brunnen an die Erdoberfläche drückt, verliert der Brunnen an Gewicht.

Das wiederum bedeutet eine Abnahme des Drucks und das Wasser kann wieder mehr einströmendes CO<sub>2</sub> aufnehmen, womit der ganze Prozess von vorne beginnt.

Bis der Brunnen jedoch wieder vollständig mit Wasser und später mit CO<sub>2</sub> gesättigt ist, dauert es etwa zwei Stunden.

Kurz um: Eine Sprudelwasserflasche muss lediglich geöffnet werden, damit der Druck abnimmt und das Gas entweichen kann. Das Phänomen des Zischens und einem „Ausbruchs“ ist dabei jedoch nur einmal gewährleistet, während dies bei dem Geysir, aufgrund des nachströmenden Co2 aus den Quarzspalten in regelmäßigen Abschnitten der Fall ist.<sup>89</sup>

### 8.3 Entstehungsgeschichte

Um 1900<sup>90</sup> wurde auf der Halbinsel ein enormes Vorkommen an Kohlenstoffdioxid Co<sub>2</sub> festgestellt.<sup>91</sup> Aufsteigende Gasblasen am Uferstrand gaben die entscheidenden Hinweise darauf. 1905 wurde Karl Gustav Rommenhölle, Besitzer der Kohlensäureproduktion und –verarbeitung in Hönningen, in das Grundbuch als Eigentümer des Werth's eingetragen.<sup>92</sup> Geplant war zunächst die Produktion von Badetabletten, Schwimm, Bade- und Massageeinrichtungen.<sup>93</sup>

Da das Geysir Wasser lediglich 16°C hatte, war ein Kurbetrieb jedoch nicht möglich.<sup>94</sup> Die Namedyer Sprudel AG, die von Rommenhölle gegründet worden war, beschränkte sich letzten Endes auf die reine Nutzung der Kohlensäure und dem Mineralwasserbetrieb, um Tafel- und Heilwasser herstellen zu können.<sup>95</sup>

Bis 1918 wurden diese Erzeugnisse produziert, danach bis 1958 stillgelegt und nur noch zur reinen Co<sub>2</sub> Gewinnung genutzt.<sup>96</sup> In den darauffolgenden Jahren baute die Familie Carlton aus Berlin dort eine Mineralwasserabfüllung und Tablettenproduktion auf, die in ganz Europa verkauft wurden. Allerdings hielt sich die Firma, aufgrund des 1. Weltkrieges und der daraus folgenden schlechten wirtschaftlichen Lage nicht lange. Die Anlagen wurden anschließend bspw. als Sommerlager für die damals bekannten „Roten Falken“<sup>97</sup> genutzt.

<sup>89</sup> Dipl.-Geogr. Schunk, Ralf: Funktion des Geysirs. Mündliche Mitteilung vom 09. Januar 2013

<sup>90</sup> Vgl. [http://www.geysir-andernach.de/Wissen-\\_Bildung/Historie-Geysir/](http://www.geysir-andernach.de/Wissen-_Bildung/Historie-Geysir/) Stand: 14.11.2012

<sup>91</sup> Vgl. <http://www.stadt-relaunching.de/Geysir.html> / Stand: 14.11.2012

<sup>92</sup> Vgl. Arera-André, Ruth: Andernacher Annalen 3. 1999/2000, S.55

<sup>93</sup> Vgl. Rousek, Werner: Die Geschichte von Namedy, 1998, S.234

<sup>94</sup> Vgl. Ideemedia GmbH mit Geysir.info GmbH Andernach: Naturschauspiel Geysir Andernach, 2012, S.38

<sup>95</sup> Vgl. Arera-André, Ruth: Andernacher Annalen 3. 1999/2000, S.58, 59

<sup>96</sup> Vgl. Ideemedia GmbH mit Geysir.info GmbH Andernach: Naturschauspiel Geysir Andernach, 2012, S.38

<sup>97</sup> Als Roten Falken wurde die sozialistische Arbeiterjugend im Alter von 12 – 14 Jahren genannt.

[http://www.wir-falken.de/ueber\\_uns/ringe/f\\_ring.html](http://www.wir-falken.de/ueber_uns/ringe/f_ring.html) Stand: 19.12.2012

Durch die holländische St. Augustinus Sprudel AG, die in den 30er Jahren ihre auf Gasgewinnung angelegten Produktionsanlagen in die Nähe des Geysirs bauten, kamen Verrohrungen, Quellen und Behälteranlagen auf die Halbinsel, was den Ausbruch des Geysirs öffentlich machte.

Damit kamen die ersten Touristen aus aller Welt um sich das Naturschauspiel anzusehen. Die Zeiten des Ausbruchs wurden an einem Kiosk in den Andernacher Rheinanlagen ausgehängt. Der Stadtteil Namedy wurde damit zu einem Naherholungsgebiet mit einer Pension und vier Gaststätten.

Des Weiteren fand auf der Halbinsel jährlich seit der Olympiade 1936, ein großes internationales Reitturnier statt, was ebenfalls zahlreiche Besucher auf die Insel zog. Im Jahre 1950 errichtete der Betreiber eines Lebensmittelgeschäftes, Anton Neuhöfer dann, aufgrund des ansteigenden Camping-Trends, einen Campingplatz auf dem Werth.<sup>98</sup>

Allerdings wurde der Brunnen des Geysirs stark beschädigt. Die Firma C. Deilman AG, Bad Bentheim, die die Namedyer Sprudel GmbH übernommen hatte,<sup>99</sup> führte später eine erneute Bohrung durch. Von langer Dauer war das Ereignis allerdings nicht, da 1957 der Ausbau der Bundesstraße durch das Werth angestanden hatte und der Geysir wieder verschlossen wurde.<sup>100</sup> Weil die Besucherzahlen zurückgingen und der einst idyllische Ort durch Lärm, Staub und Schmutz seinen Wert verloren hatte, beschloss man 1958 den Campingplatz wieder zu schließen.<sup>101</sup>

Das Namedyer Werth wurde 2001 an die Stadt Andernach verkauft und der Geysir durch erneute Bohrungen nach geowissenschaftlichen Untersuchungen reaktiviert.<sup>102</sup> Man baute an einer geologisch günstigen Stelle einen 351,5 Meter tiefen Brunnen. Ein Ausbruch kommt nur dann zu Stande, wenn lediglich gasübersättigte Gewässer einströmen.<sup>103</sup>

Das Geysir-Erlebniszentrum wurde 2003 konzipiert, im Jahr 2005 wurde der Vertrag zwischen der Stadt Andernach und dem BUND geschlossen, dass der Geysir wieder sprudeln darf.

Der sogenannten „Geysir-Sommer“ wurde 2006 gefeiert, als an zehn Wochenenden rund 5.000 interessierte Besucher die Fontäne wieder erleben konnten.

Sogar bis ins Guinness Buch der Rekorde schaffte es der Geysir, als höchste Wasserfontäne der Welt im Jahre 2008.<sup>104</sup>

Bis 2008 wurde das Gebiet um den Geysir stark touristisch ausgebaut, so dass man heute mit dem sogenannten „Geysir-Schiff“ der MS Namedy von Andernach zur Halbinsel gefahren wird.

<sup>98</sup> Vgl. Rousek, Werner: Die Geschichte von Namedy, 1998, S.238

<sup>99</sup> Vgl. [http://www.geysir-andernach.de/Wissen-\\_Bildung/Historie-Geysir/](http://www.geysir-andernach.de/Wissen-_Bildung/Historie-Geysir/) Stand: 14.11.2012

<sup>100</sup> Vgl. <http://www.stadt-relaunching.de/Geysir.html> / Stand: 14.11.2012

<sup>101</sup> Vgl. Arera-André, Ruth: Andernacher Annalen 3. 1999/2000, S. 69

<sup>102</sup> Vgl. <http://www.stadt-relaunching.de/Geysir.html> / Stand: 14.11.2012

<sup>103</sup> Vgl. Ideemedia GmbH mit Geysir.info GmbH Andernach: Naturschauspiel Geysir Andernach, 2012, S. 29

<sup>104</sup> Vgl. [http://www.geysir-andernach.de/Wissen-\\_Bildung/Historie-Geysir/](http://www.geysir-andernach.de/Wissen-_Bildung/Historie-Geysir/) Stand: 14.11.2012

Dort begibt man sich anschließend zu Fuß auf einen entsprechenden Pfad ins Naturschutzgebiet, wo man alle zwei Stunden den Ausbruch des Geysirs erleben kann.

## 8.4 Das Geysir – Erlebniszentrum

Durch den Bau des Erlebniszentrums hatte man die Chance, den Geysir vorteilhafter zu vermarkten, um nicht nur die üblichen „Museums-Besucher“, sondern auch Familien als neue Zielgruppe anzuwerben.

In früheren Jahren befanden sich lediglich nur direkt auf dem Namedyer Werth Informationstafeln über die Geschichte und der Funktion. Um diese Informationsdarstellung zu erweitern und ansehnlicher zu präsentieren, hielt man es für sinnvoll die Gäste noch vor dem Antreffen auf dem Werth über die Bedeutung dieses Naturphänomens in einer speziellen Ausstellung aufzuklären.

Im Jahre 2009 wurde das Geysir-Erlebniszentrum eröffnet. In der Ausstellung befinden sich sogenannte Exponate, also Ausstellungsstücke, an denen der Gast, insbesondere Kinder selbst spielerisch tätig werden kann. Dadurch wird der Besuch des Geysirs dreigeteilt. Zunächst besucht man allein, zu zweit oder in der Gruppe das Erlebniszentrum. Im Haus befindet sich eine Ausstellung, die der Gast mit einer Fahrt in einem Aufzug beginnt. Es wird ihm suggeriert, er fahre 4.000 Meter unter die Erdoberfläche. Der Gast erlebt anschließend, als Kohlenstoffdioxid-Molekül den Weg durch den Geysir. Beginnend im Magma geht es weiter durch das Grundwasser, hinauf in einen Brunnen, bis hin zur Erdoberfläche.

Allerdings hat sich in den Jahren auch ein Nachteil herausgestellt. Da die Ausstellung sehr kindgerecht aufgebaut ist, da dies nun Mal die Hauptzielgruppe darstellt, verliert sie an wissenschaftlicher Ernsthaftigkeit.

Im zweiten Teil begibt man sich auf das Geysir-Schiff, welches sich dem Zentrum gegenüber am Rheinufer befindet. Nach 15 Minuten erreicht man im dritten Teil das Namedyer Wert, wo man den Ausbruch garantiert sieht.

Nach einem etwa 40-minütigem Aufenthalt auf der Halbinsel wird man mit dem Schiff wieder nach Andernach zurückgebracht. Eine komplette Geysir-Besichtigung dauert um die drei Stunden.<sup>105</sup>

---

<sup>105</sup> Neitzert Kristina: Mündliche Mitteilung vom 07.01.2013

### 8.4.1 Auswirkung des Geysir auf den Andernacher Tourismus

#### Übernachtungszahlen

Welche Auswirkungen hat dieser „Geysir-Boom“ auf den Tourismus von Andernach? Ein Blick auf die Übernachtungszahlen aus dem Jahr 2008, ein Jahr vor der Eröffnung des Geysir-Erlebniscentrums und auf die Jahre 2009 bis August 2012 sollen dies veranschaulichen.

Jahr	2008	2009	2010	2011	Bis August 2012
Übernachtungen	66.568	62.169	53.983	62.732	36.823

**Tabelle 3: Übernachtungszahlen von 2008 – August 2012**

in eigener Darstellung nach Neitzert, Kristina: Touristische Entwicklung. Brief vom 27.11.2012

Zunächst sinkt die Gästeanzahl von 2008 auf 2009 um 6,6 Prozent. Auch im darauffolgenden Jahr 2010 fällt die Zahl weiter auf 53.983 Übernachtungen. Dies könnten Folgen der Weltwirtschafts- und Finanzkrise im Jahre 2009 sein<sup>106</sup> Ein wahrscheinlicher Grund ist wohl die Anzahl der Monteure, die in den Jahren 2008 bis 2009 in Andernach übernachteten, da zu dieser Zeit das Geysir-Erlebniszentrum, sowie das Einkaufszentrum „Stadthausgalerie“ gebaut wurde.

2011 fand die BuGa (Bundesgartenschau) in Koblenz statt. 3.569.269 BuGa-Besucher wurden in diesem Jahr gezählt. Auch dadurch stieg die Zahl in 2011 wieder auf 62.732 Übernachtungen.

Aus der oben aufgeführten Tabelle kann man also entnehmen, dass die Übernachtungszahlen unabhängig vom Geysir sind und der wachsende Tourismus eher auf die Anzahl der Tagesgäste zurückzuführen ist.

#### Buchung der Stadtführungen

Durch den Geysir steigt die Anzahl der gebuchten Stadtführungen. 56 Prozent der Touristen besuchen davor oder danach die Stadt, was mit einer Stadtführung in Verbindung gebracht werden kann.<sup>107</sup> Auch kann eine ansteigende Zahl der Stadtführung-Geysir-Pauschalen für das kommende Jahr 2013 erwartet werden.

<sup>106</sup> Vgl. <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,671731,00.html> Stand:15.12.2012

<sup>107</sup> Vgl. Geysir.info GmbH: Geysir-Besucherbefragung 2012, Brief vom 27.11.2012

Jahr	2008	2009	2010	2011	2012
Anzahl der gesamten Stadtführungen	241	306	389	459	465 bis Ende November
Pauschale Stadtführung + Geysir	Noch kein Pauschalangebot vorhanden		25	20	28

**Tabelle 4: Anzahl der gebuchten Stadtführungen von 2008 bis 2012**

Eigene Darstellung nach schriftl. Überlieferung durch die Andernach.net GmbH

Um Andernach für Touristen attraktiver zu machen, wurden folgende Projekte durchgeführt:

### Fußgängerleitsystem

Nicht nur Straßen wurden in den letzten drei Jahren ausgebaut. In der Stadt wurden seit 2009 bis 2012 insgesamt 17 Informations-Stelen aufgestellt, die den Stadtplan und den genauen Standort des Gastes aufzeigen. Das Projekt des verbesserten Wegeleitsystems ist erst einmal auf vier Jahre angesetzt. Im nächsten Jahr soll noch eine weitere Informationstafel folgen, sowie zusätzliche Schilder, die in gleicher Optik auf die Touristeninformation aufmerksam machen.<sup>108</sup>

### Steigeranlagen

In den Andernacher Rheinanlagen gibt es insgesamt sechs Anlegestellen für Kabinenschiffe. Aufgrund der enorm steigenden Zahl an Personenschiffe<sup>109</sup>, investierte die Stadt in die Nummerierung dieser Anlegestellen.

Damit geht die Stadt einen Schritt weiter in eine verbesserte touristische Infrastruktur. Definitionen wie „Alter Fährsteiger“ oder „am Wohnmobilstellplatz“ sind überwiegend nur noch den Alteingesessenen Bewohnern bekannt und dienen nicht mehr zur klaren Orientierung fremder Gäste.<sup>110</sup> Der Qualitätsanspruch liegt hierbei bei einem besseren Service seitens der Stadt, sowie die Erschließung an Rad- und Wanderwege.<sup>111</sup>

<sup>108</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

<sup>109</sup> Peitz, Klaus: Bürgermeister von Andernach. Mündliche Mitteilung vom 09. Januar 2013

<sup>110</sup> Vgl. [http://www.andernach.de/de/tourismus/aktuelles\\_tourismus.html](http://www.andernach.de/de/tourismus/aktuelles_tourismus.html) Stand: 04.01.2013

<sup>111</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

### Fähre nach Leutesdorf

Die Stadt Andernach war bereits vor vielen Jahren mit dem gegenüberliegenden Weindorf Leutesdorf durch eine Autofähre verbunden. Im Jahr 1985<sup>112</sup> wurde diese jedoch eingestellt und durch eine reine Personenfähre ersetzt. Aber auch diese Verkehrsanbindung zum benachbarten Ort hielt sich aufgrund sinkender Nachfrage nicht lange und wurde schließlich komplett eingestellt. Erst seit der Eröffnung des Geysir-Erlebniszentrum und der damit verbundenen Schifffahrt zum Nemedyer Werth, fungiert das Geysir-Schiff am Wochenende wieder als Personenfähre nach Leutesdorf und wieder zurück und stellt damit die alte historische Beziehung wieder her.<sup>113</sup>

### Präsentation der Stadt Andernach nach außen

Um Andernach als touristische Destination weiterhin bekannt zu machen, präsentiert sich die Stadt, vertreten durch die Andernach.net GmbH und der Geysir.info auf verschiedenen Veranstaltungen. So zum Beispiel auch auf dem Rheinland-Pfalz Tag 2012 in Ingelheim. Für die kommenden Jahre sind auch weitere Messen geplant, um Andernach als Ausflugsdestination zu bewerben.<sup>114</sup>

### Neueröffnung und Erweiterung des Biergartens an der Rheinpromenade

Unmittelbar neben dem Steiger des Geysir-Schiffes befindet sich seit vielen Jahren ein Biergarten. Dieser wurde 2011 vom Besitzer einer Brasserie gepachtet und ausgebaut. Es entstand neben üblichen Tischen und Bänken eine Grünfläche, bepflanzt mit Palmen direkt am Rheinufer und ausgestattet mit Liegen und Strandkörben. Damit ist unter anderen den Gästen, die auf das Schiff warten die Möglichkeit gegeben, sich die Wartezeit mit kühlen Getränken oder einem Imbiss zu verkürzen.<sup>115</sup>

<sup>112</sup> Everling, Charlotte: Sachbearbeiterin des Kulturstadts Andernach. Mündliche Mitteilung vom 09. Januar 2013

<sup>113</sup> Vgl. <http://www.andernach.de/de/tourismus/leutesdorf.html> Stand: 04.01.2013

<sup>114</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

<sup>115</sup> Ebd.

## 9. Touristische Umfrage und die Darstellung der Ergebnisse

### 9.1 Definition Fragebogen

„Ein Fragebogen ist eine mehr oder weniger standardisierte Zusammenstellung von Fragen, die Personen zur Beantwortung vorgelegt werden, mit dem Ziel, deren Antworten zur Überprüfung der den Fragen zugrunde liegenden theoretischen Konzepte und Zusammenhänge zu verwenden. Somit stellt ein Fragebogen das zentrale Verbindungsstück zwischen Theorie und Praxis dar“

{Ascenso Business- und Medienakademie Mallorca (Lehrveranstaltung vom 31.05 – 04.06.2010) Lehrgebiet: Einführung in die empirische Kommunikationsforschung, Referent: Dr. Daniel Schönert}

Im Fragebogen werden offene, geschlossen, sowie Hybridfragen also ein Mix aus offener und geschlossener Frage verwendet.

Bei einer geschlossenen Frage hat der Teilnehmer die Möglichkeit eine oder mehrere vorgegebene Antworten anzukreuzen, wohin gegen er bei einer offenen Frage die Antwort selbst gibt. Hybridfragen wurden deshalb verwendet, um kontrollieren zu können, ob die geschlossenen Antworten ausreichend waren und zum zweiten gibt es dem Befragten das Gefühl, ernst genommen zu werden.

### 9.2 Vor- und Nachteile eines schriftlichen Fragebogens

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hohe Anonymität der Befragten</li> <li>- Längere Bedenkzeit zur Beantwortung der Fragen für die Teilnehmer</li> <li>- Ehrlichere Antworten, als bei einem direkten Interview (aufgrund erhöhter Anonymität erhöhte Fidelität (genauere, ehrlichere Ergebnisse)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keine Kontaktdaten vorhanden</li> <li>- Geringe Rücklaufquote</li> <li>- Hoher Zeitaufwand (Einsammeln der Bögen in Hotels und auf dem Wohnmobilstellplatz, sowie die Auswertung)</li> <li>- Frage können missverstanden werden</li> <li>- Keine Kontrolle über die Befragungssituation (man weiß nicht, aus welcher Motivation heraus die Fragen beantwortet wurden)</li> </ul>

**Tabelle 4: Vor- und Nachteile eines schriftlichen Fragebogens**

nach eigener Erfahrung und Ascenso Business- und Medienakademie Mallorca (Lehrveranstaltung vom 31.05 – 04.06.2010) Lehrgebiet: Einführung in die empirische Kommunikationsforschung, Referent: Dr. Daniel Schönert



### 9.3 Erhebungsgrundlagen

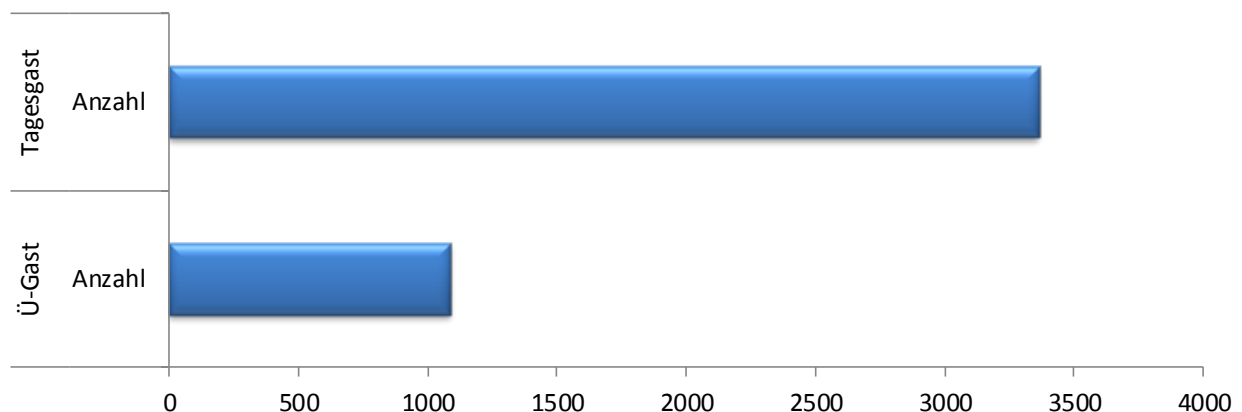
Um prognostizieren zu können wie sich das Stadtimage Andernachs in Zukunft entwickeln könnte, welche Trends sich aus der derzeitigen Entwicklung ergeben und wo genau sich diverse Schwachstellen oder Problematiken innerhalb der Stadtentwicklung befinden, wurde gemeinsam mit der Gesellschaft für Tourismus, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung einen Fragebogen entwickelt. Die Ergebnisse werden in den folgenden Kapiteln präsentiert und ausgewertet.

Die Umfrage fand vom 1. August bis zum 31. Oktober 2012 statt. 833 verwertbare Bögen wurden dabei eingenommen, dies entsprach einer Rücklaufquote von rund 83%. Die Bögen wurden an die Ferienwohnungen und Hotels verschickt, in der Stadtbücherei ausgelegt und Stadtführer händigten sie nach einer Stadtführung an die Touristen aus.

Des Weiteren ist zu bestimmten Zeiten ein Mitarbeiter der Geysir.info auf dem Schiff mitgefahren, um auch hier die Touristen befragen zu können. Ein anderer Mitarbeiter der Andernach.net Gesellschaft hat ebenfalls zu bestimmten Zeiten Fragebögen an die Gäste des Wohnmobilstellplatzes verteilt. Anreiz für das Ausfüllen der Fragebögen war die Entlohnung in Form eines Präsensts. Hierbei handelte es sich um eine Postkarte der Stadt Andernach.

### 9.4 Auswertung

**Abbildung 23: Art des Aufenthalts**



Quelle: Umfrage

Die erste Frage erfasst und unterscheidet die jeweilige Anzahl von Tagesgästen und Übernachtungsgästen. Als Tagesgast werden diejenigen Touristen bezeichnet, die sich weniger als 24 Stunden in Andernach aufgehalten haben. Zu den Übernachtungsgästen zählen diejenigen Touristen, die in der Stadt selbst übernachtet haben.

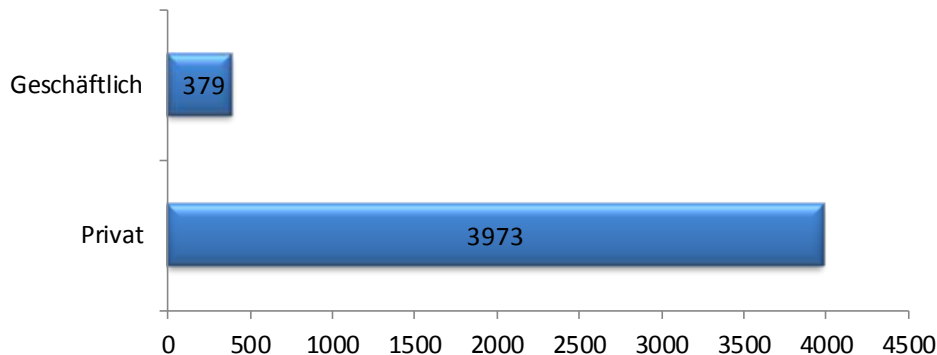
Die Gesamtsumme beläuft sich auf über 4000 Gäste, da im Fragebogen gefragt wurde, mit wie vielen Personen die Befragten in die Stadt gereist sind. Diese Angaben wurden bei manchen Fragen summiert. Die hohe Anzahl an Tagesgästen führt auf die Tatsache zurück, dass die ausgefüllten Fragebögen vor allem von Gästen des „Geysir-Schiffes“ stammten und seitens der Hotels und Ferienwohnungen nur eine geringe Mithilfe beim Verteilen der Bögen verzeichnet werden konnte. Ein weiterer Faktor ist die Gruppengröße. Viele reisten meist innerhalb eines Vereins, einer Klasse oder dem Betrieb an.

Fakt ist demnach, dass Andernach überwiegend von Tagestouristen besucht wird. Somit stellte der Tagestourist den Kernbereich der untersuchten Zielgruppe dar.

Allgemein ist damit auch nach dem deutschen wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e. V., kurz dwif, ist ein Trend zum Tagestourismus zu verzeichnen, der für viele Städte unentbehrlich geworden ist.<sup>116</sup>

2011 gab es **878 200 Gäste**, die die Region des Mittelrheintals (das sind 11% von Rheinland Pfalz) besuchten und 1,9 Millionen Übernachtungen buchten. Die Regionen Boppard, Oberwesel und Koblenz sind dabei die stärksten Übernachtungsdestinationen und stellen damit die Kontrahenten zu Andernach dar.<sup>117</sup>

**Abbildung 24: Anlass des Aufenthalts**



Quelle: Umfrage

Die zweite Frage erforscht den Grund des Stadtaufenthalts. Um die Antworten einordnen zu können müssen zunächst die unterschiedlichen Aufenthaltsarten definiert werden. Laut dem deutschem Tourismusverband wird der Tages- und Geschäftsreisetourismus wie folgt erklärt:

*„Tagesreisen sind Reisen und Besuche ohne Übernachtung. Dabei werden Tagesreisen mit privatem Motiv als Tagesausflug und mit geschäftlichem Motiv als Tagesgeschäftsreise bezeichnet.“*

<sup>116</sup> Vgl. <http://www.dwif.de/de/beratungsschwerpunkte/marktforschung-monitoring-ampprognosen/tagesreisen.html> Stand: 02.01.2012

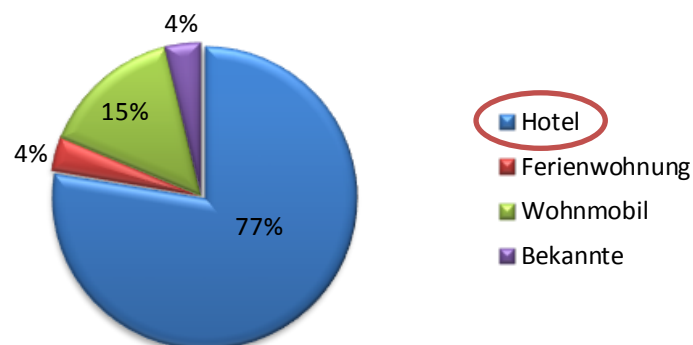
<sup>117</sup> Vgl. [http://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/nach\\_themen/stat\\_analysen/Tourismus/tourismus2010.pdf](http://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/nach_themen/stat_analysen/Tourismus/tourismus2010.pdf) Stand: 18.11.12

{<http://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDFs/Zahlen-Daten-Fakten%202011.pdf> S.9 Stand: 25.11.2012}

Viele, die „aus geschäftlichen Gründen“ angekreuzten, waren aufgrund Ihres Betriebsausfluges oder einer Fortbildung in der Stadt. Dies waren sowohl Tages- als auch Übernachtungsgäste. Allerdings stellt Andernach keinen geeigneten Standort für Geschäftsreisen dar, da hierfür spezielle Voraussetzungen und Angebote fehlen. Bestimmte Kriterien wie beispielsweise Hotels mit modern ausgestatteten Seminar- und Tagesräumen werden nicht erfüllt.

Einen wesentlich größeren Anteil der Besucher machen die Tagesgäste aus, die aus privaten Gründen anreisen. Wie in der Grafik ersichtlich, besuchten in dem genannten Zeitraum fast 4000 private Tages-, sowie Übernachtungsgäste die Stadt Andernach. Der Grund hierfür liegt darin, dass Andernach vor allem für Familien und größere Gruppen ein reizvolles Ausflugsziel darstellt.<sup>118</sup>

**Abbildung 25: Art der Unterkunft**



Quelle: Umfrage

Wie in Abbildung Nr. 3 ersichtlich zählt die Übernachtung in einem Hotel zu der häufigsten Art der Übernachtung unter den Übernachtungsgästen. Als „Übernachtungsgast“ sind Touristen definiert, die sich länger als 24 Stunden im Ort aufhalten und über Nacht eine Unterkunft in Andernach aufgesucht haben.

An zweiter Stelle steht der Wohnmobilstellplatz. In Rheinland Pfalz gibt es zurzeit rund 22.400 Standplätze. Seit 2006 hat sich die Anzahl dieser um 13 Prozent gesteigert, im Gegensatz zur Gesamtanzahl Deutschlands mit nur 11 Prozent.<sup>119</sup>

<sup>118</sup> Lichtenberg, Angelina, Geysir.info GmbH, Ticketing und Shop: Brief vom 27.11.2012

<sup>119</sup> Vgl. <http://www.tourismusnetzwerk.info/download/RLP%20Camping%20Endbericht%20120627neu.pdf>  
Stand: 24.11.2012 S. 6

Der Stellplatz in Andernach ist in zwei Bereiche unterteilt. Der untere Teil, direkt am Rheinufer ist städtisch und der obere Bereich ist im Privatbesitz. Der gesamte Platz hat eine Kapazität von ca. 90 freien Stellplätzen.

Anfangs wurden keine Gebühren für die Stellplätze erhoben, wodurch auch keine Statistiken über Übernachtungen vorliegen. Erst seit Mai 2008 wurde dieser gebührenpflichtig und die Übernachtungszahl lag bei etwa über 4.000 Besuchern. Seit dem hat sich die Zahl dieser stetig erhöht. Waren es 2009 noch 6.444 Übernachtungen, so hat sich die Zahl bis 2011 auf 17.000 erhöht und für 2012 werden ca. 20.000 Übernachtungen erwartet.<sup>120</sup> Die direkte Lage am Rhein und der kurzen Entfernung in die Altstadt bietet den Gästen einen komfortablen Aufenthalt. Bei der Befragung hatten die Gäste am Ende die Möglichkeit, sich noch einmal offen zu Andernach zu äußern und weitere Anregungen mitzuteilen. Dabei äußerten sich die Befragten mit Aussagen wie *„Wir lieben Andernach und den Wohnmobilstellplatz“* und *„Wir kommen öfter, weil es uns hier gefällt“*. Auch viele Stammgäste berichteten, dass Andernach, im Gegensatz zu anderen Städten auch mit seinem großen Angebot an kulturellen Veranstaltungen lockt.

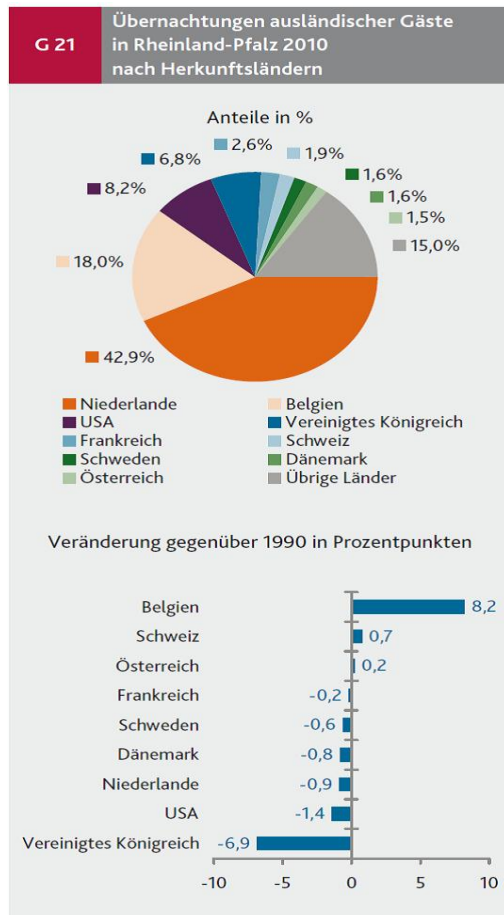
*„Wir fühlen uns hier sehr wohl, weil wir das Gefühl haben, dass Andernach immer einen Grund zum Feiern hat. Ob Karneval, die Kirmes, Veranstaltungen wie der Geysir-Frühling oder die Autoschau, die Bewohner sind immer gut gelaunt und mit vollem Herzblut dabei.“*, so ein Gast des Stellplatzes.

Der Ausbau des Stellplatzangebotes könnte innerhalb der zukünftigen Stadtentwicklung Andernachs eine wichtige Rolle spielen, da die Nachfrage an Stellplätzen in der Touristeninformation jährlich weiterhin steigt, wie das von 2008 bis 2012 zu beobachten war. Ca. 37,5 Prozent der Wohnmobilurlauber, die nach Andernach reisen, kommen aus den Niederlanden, oder Belgien. Dies belegen die Ergebnisse der Umfrage. Von den 160 Befragten, die angaben, mit dem Wohnmobil angereist zu sein, kamen 60 Camper aus den Beneluxstaaten. Daher werden bereits Informationsbroschüren über den Geysir und den Stadtplan auch auf Niederländisch, Englisch und Französisch gedruckt. Ab 2013 soll dies auch auf Chinesisch geschehen.<sup>121</sup> Auch in der Ausstellung des Geysir-Erlebnisentrums haben englische und niederländische Gäste die Möglichkeit, sich an der Kasse eine Mappe aushändigen zu lassen, in denen alle Informationen über das Naturphänomen in der jeweiligen Sprache übersetzt sind.

---

<sup>120</sup> Neitzert, Kristina: Andernach – touristische Entwicklungen. Brief vom 27.11.2012

<sup>121</sup> Vgl. Neitzert, Kristina: Leitung für Tourismus in Andernach. Mündliche Mitteilung vom 09. Januar 2013



Die Abbildung Nr.26 von 2010 verdeutlicht hier die Wichtigkeit der niederländischen und belgischen Gäste. Zusammen machen sie 60,9 Prozent der ausländischen Touristen aus.

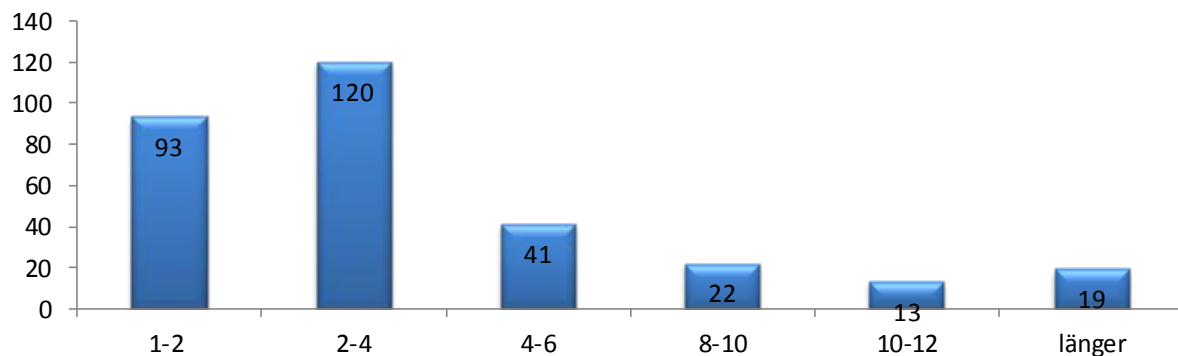
In Rheinland Pfalz wurden 2011 rund 171.000 Ankünfte von niederländischen Gästen, und 85.000 Ankünfte von Belgiern verzeichnet.<sup>122</sup> Die höchsten Übernachtungszahlen ausländischer Gäste verzeichnen die Regionen Mosel – Saar (410.000), Mosel (210.000) und das Rheintal (114.000).

Somit besteht für die Stadt Andernach noch ein großes Potential, die Ankunfts- (33.209) und Übernachtungszahl (63.732) von 2011<sup>123</sup>, zu steigern.

**Abbildung 26: Übernachtung ausländischer Gäste in Rheinland-Pfalz 2012 nach Herkunftsländern nach**

[http://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/nach\\_themen/stat\\_analysen/Tourismus/tourismus2010.pdf](http://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/nach_themen/stat_analysen/Tourismus/tourismus2010.pdf)  
S.49 Stand: 03.01.2012

**Abbildung 27: Dauer des Aufenthalts**



Quelle: Umfrage

Der Jahresbericht des Tourismusbarometers 2011 zeigt, dass ein Tourist in der Regel 2,2 Tage in einer Stadt in Rheinland-Pfalz bleibt.

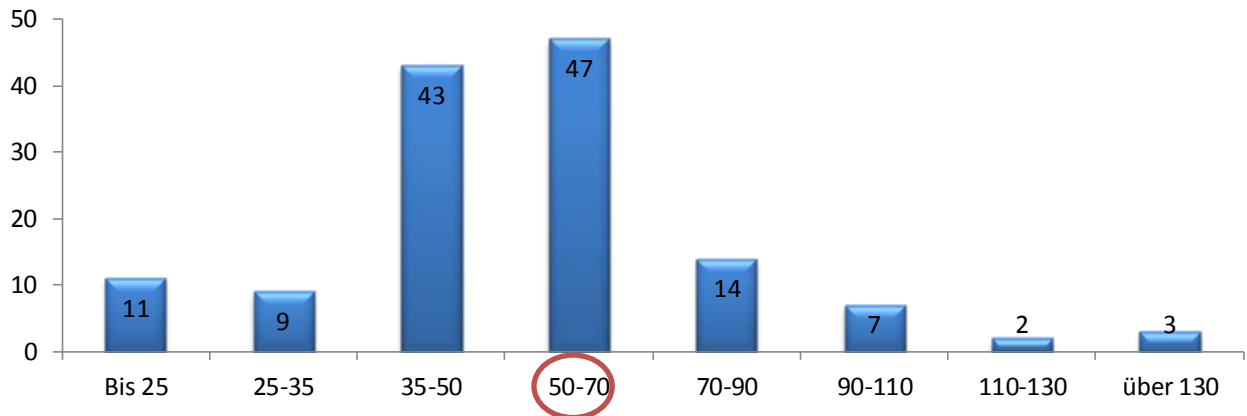
2005 waren es noch 2,8 Tage, was den Trend zu „mehreren kurzen (Urlaubs-) Reisen“ zeigt, bei denen der Schwerpunkt in Zukunft mehr auf dem Städte- und Geschäftsreisetourismus liegen wird.

<sup>122</sup> Vgl. <http://www.tourismusnetzwerk.info/download/RLP%20Camping%20Endbericht%20120627neu.pdf> S. 7  
Stand: 24.11.2012

<sup>123</sup> Neitzert, Kristina: Andernach – touristische Entwicklungen, Brief vom 27.11.2012

Das Ergebnis der Befragung bestärkt diese Aussage. Auch in Andernach bleibt ein Übernachtungsgast in der Regel 2 bis 4 Tage. Eine Möglichkeit die Aufenthaltsdauer der Gäste zu verlängern wäre der Bau von Rehakliniken und Gesundheitskliniken. Im Ahr- oder Nahgebiet, wo solche Einrichtungen bereits vorhanden sind, verweilt der Gast durchschnittlich bis zu 4 Tage.<sup>124</sup>

**Abbildung 28: Übernachtungspreis pro Nacht (pro Person)**

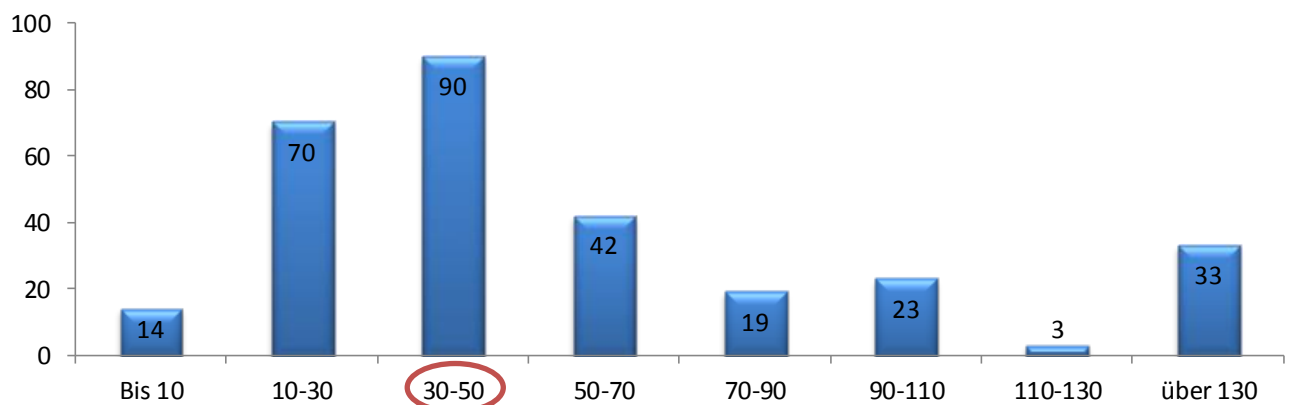


Quelle: Umfrage

Die Nächste Frage behandelt die gezahlten Übernachtungspreise der Touristen in ihren Unterkünften pro Nacht.

Laut diesem Diagramm haben 47 Gäste einen Übernachtungspreis zwischen 50 und 70 € bezahlt.

**Abbildung 29: Ausgaben neben der Unterkunft in €**

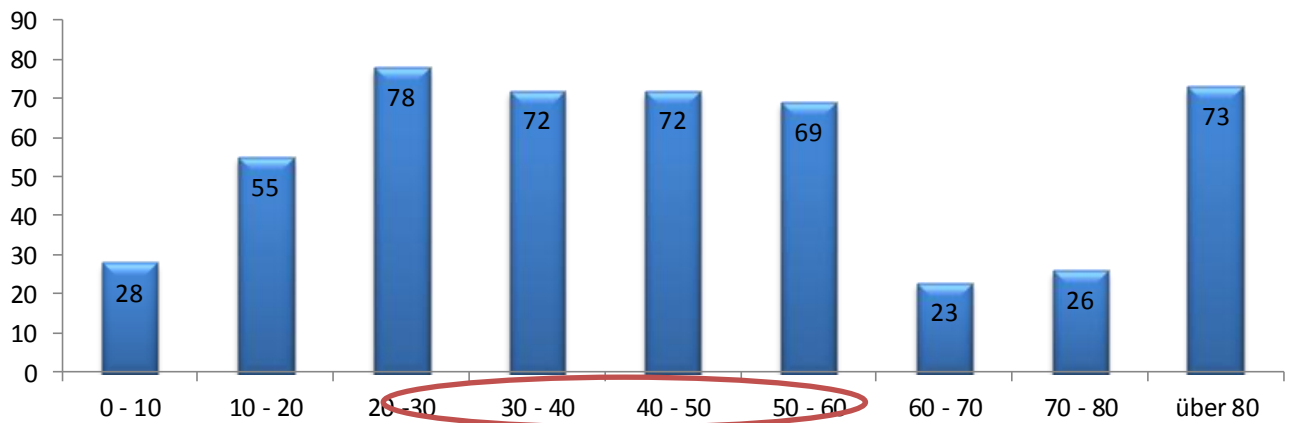


Quelle: Umfrage

<sup>124</sup> Sparkassenverband Rheinland – Pfalz: Tourismusbarometer 2011, S. 24

Die meisten der Gäste in Andernach geben zwischen 30,00€ und 50,00€ am Tag neben ihrer Unterkunft aus. Das auch 33 Gäste über 130€ ausgeben, liegt wohl daran, dass viele mit ihren Familien anreisen<sup>125</sup> und dann die Summe über den Tag, bzw. die Dauer ihres Aufenthalts in Andernach rechnen. Hier hätte die Fragestellung besser folgendermaßen lauten sollen: „Ausgaben neben der Unterkunft pro Tag und Person“, was aber in der Zusammenfassung noch einmal näher erläutert wird.

**Abbildung 30: Ausgaben während des Tages in €**



Quelle: Umfrage

Tagestouristen in Deutschland geben im Durchschnitt 28,00€ pro Person aus.<sup>126</sup>

Bei der Befragung über Andernach gaben 78 Gäste an, zwischen 20,00€ und 30,00€ auszugeben und jeweils 72 der Befragten zwischen 30,00€ bis 40,00€, bzw. 40,00€ bis 50,00€.

Tagestouristen geben somit im Durchschnitt mehr am Tag aus, als ein Übernachtungsgast, der laut der Auswertung eher zwischen 30,00€ und 50,00€ Euro ausgibt. (Vgl. Abb. 29).

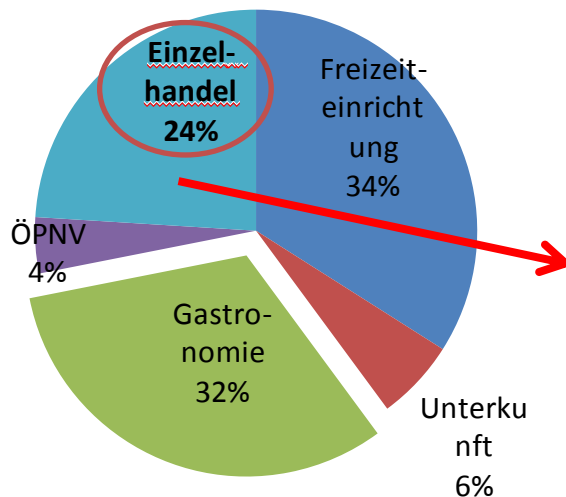
Für Andernach bedeutet dies eine gute Entwicklung, wo doch ein Tagestourist laut dem Tourismus- und Heilbäderverband im Jahre 2011 lediglich nur 30,40 € im Schnitt am Tag ausgeben hatte.<sup>127</sup>

<sup>125</sup> Geysir.info GmbH, Geysir-Besucherbefragung 2012, Brief vom 27.11.2012

<sup>126</sup> Vgl. <http://www.deutschtourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDFs/Zahlen-Daten-Fakten%202011.pdf> S. 9 Stand: 25.11.2012

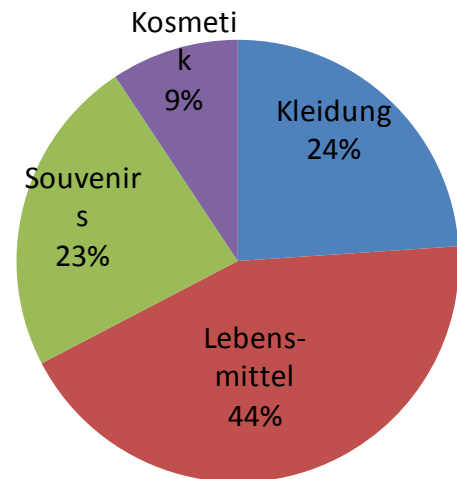
<sup>127</sup> Vgl. <http://www.dehoga-rhp.de/cms/docs/doc52829.pdf> S. 7 Stand: 24.11.2012

Abbildung 31: Art der Ausgaben



Quelle: Umfrage

Abbildung 32: Art der Ausgaben im Einzelhandel



Quelle: Umfrage

Die Grundlage der Abbildung 31 stellt die Frage nach der Verwendung des Geldes für Nutzungen der verschiedenen Angebote dar. Da die Befragung zum Großteil auf dem Geysir-Schiff durchgeführt wurde, ist es nicht verwunderlich, dass 698 Touristen Geld für eine Freizeiteinrichtung ausgegeben haben, da die Ausstellung über den Geysir ebenfalls zu einer solchen zählt. Des Weiteren könnte man sagen, dass jeder dritte Gast, der die Stadt besucht, auch die Gastronomie nutzt. Damit profitiert diese am stärksten vom Tourismus. Hier stellt sich dann die Frage, ob es sinnvoll wäre, weitere Gastronomiebetriebe zu eröffnen, die bereits bestehenden zu verbessern oder es genauso zu belassen. In Andernach befinden sich derzeit 63 Gastronomiebetriebe. In den letzten Jahren stagniert diese Zahl allerdings. Betriebe werden stetig geschlossen und wieder neu eröffnet. Man kann also nicht mit Sicherheit sagen, dass der Geysir hier eine bedeutende Rolle spielt.<sup>128</sup>

Auch der Einzelhandel stellt, neben der Gastronomie, einen wichtigen touristischen Angebotsbestandteil dar. Somit ist es von hoher Bedeutung, welcher Bereich des Einzelhandels an welchem Standort in der Stadt vertreten ist.

Je interessanter die Geschäfte, umso größer die Anziehungskraft auf den Gast. In Andernach ist dies allerdings noch sehr ausbaufähig, da viele Geschäftsräume leer stehen. Die Wirtschaftsförderung der Stadt ist darum bemüht, einen gesunden Branchenmix herzustellen.

Doch oft gehen Angebot und Nachfrage nicht konform miteinander, wodurch viele Gewerbetreibende oft schon nach Monaten ihr Geschäft wieder schließen müssen.

<sup>128</sup> Vgl. Neitzert, Kristina: Andernach – touristische Entwicklungen, Brief vom 27.11.2012

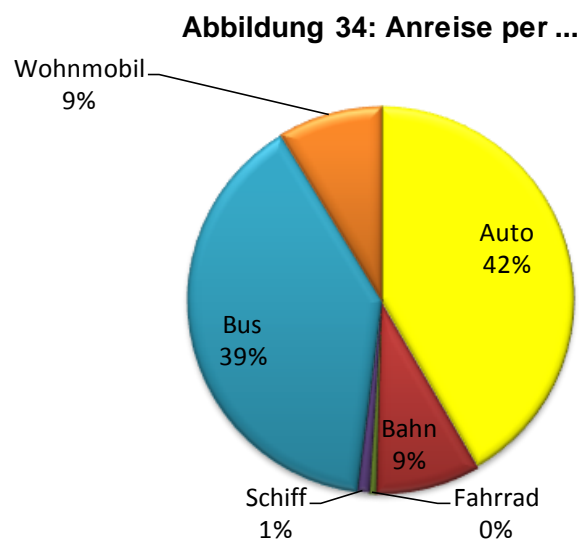


Dies führt zu einem Bild einer aussterbenden Stadt. Da die Eigentümer aber oft die Notwendigkeit nicht sehen, ihre Fassaden zu ansehnlich zu gestalten, um damit potentielle Geschäftstreibende anzulocken und das Stadtbild attraktiver zu machen, sind der Stadt die Hände gebunden.<sup>129</sup> Hier ein Beispiel, wie es zukünftig in mehreren leerstehenden Geschäftsgebäuden aussehen soll:



**Abbildung 33: Fensterdekoration der leerstehenden Geschäftsräume** nach eigener Fotografie

Die Abbildung 32 geht noch einmal genauer auf den Einzelhandel ein. Es stellt sich die Frage, was genau im Einzelhandel gekauft wird. Mit 44 Prozent wird im Bereich Lebensmittel am meisten eingekauft. Dies könnte mit der Tatsache zusammenhängen, dass nach Abb. 29 15 Prozent der Urlauber mit dem Wohnmobil in der Stadt verweilen und sich, neben der angebotenen Gastronomie auch selbst verpflegen.

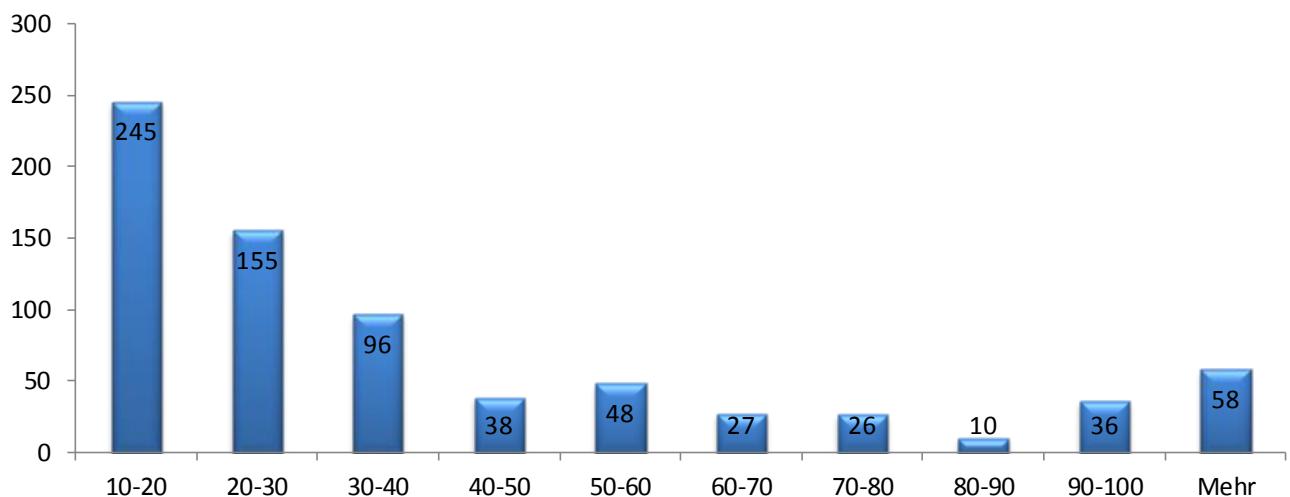


Quelle: Umfrage

<sup>129</sup> Fajardo, Ana Maria: Projektassistentin der Wirtschaftsförderung. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

Die Frage nach der Art der Anreise in Bezug auf die genutzten Verkehrsmittel ergab, dass 42% der Befragten mit dem Auto anreisen und rund 39% mit dem Bus. Dass lediglich 25 Personen angaben, mit dem Fahrrad gekommen zu sein ist insofern verwunderlich, dass Andernach normalerweise sehr gut von Fahrradfahrern, die auch über Nacht bleiben, besucht wird. Das bestätigt auch Kristina Neitzert, Leitung für Tourismus. Ein anderer Fokus liegt bei der Anreise mit dem Wohnmobil. Da es in der Befragung deutlich mehr Tagesgäste gab, die in einer Gruppe meist mit dem Bus anreisen, ist auch hier das Ergebnis selbsterklärend.

**Abbildung 35: Aufwendungen für die An- und Abreise?**



Quelle: Umfrage

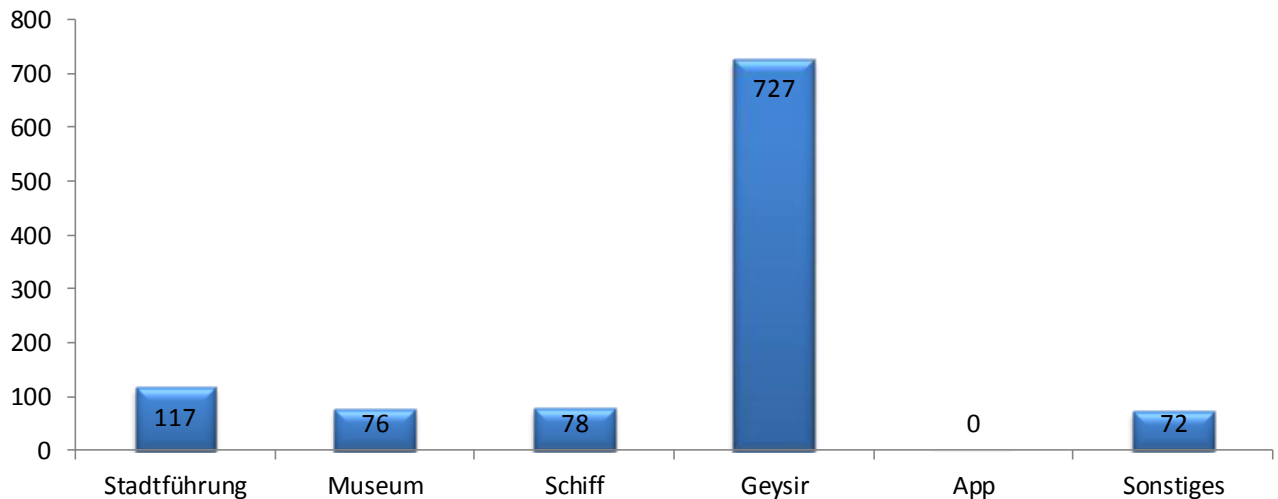
Das Ergebnis zur Frage der Aufwendung für die An- und Abreise hat ergeben, dass die meisten Leute aus den umliegenden Orten anreisen, was durch den geringen Kostenaufwand von 10,00€ bis 20 € erklärt wird. Das lässt darauf schließen, dass Andernach noch keinen großen überregionalen Bekanntheitsgrad besitzt. Allerdings besteht deutliches Potential, wenn man mehr in Marketingmaßnahmen außerhalb der Region innerhalb Deutschlands investieren würde, durch mehr Anzeigen über die „Essbare Stadt“ in Fachzeitschriften oder durch virales Marketing steigern würde. Unter Viralem Marketing versteht man das Verbreiten ungewöhnlicher Mitteilungen, in Form eines Videos oder schriftlichen Botschaften, um den Zuschauer anzuregen, diese Mitteilung weiter zu verbreiten.<sup>130</sup> Man könnte beispielsweise einen sogenannten Flashmob auf dem Marktplatz organisieren und diesen im Internet veröffentlichen, so wie es die Stadt Köln seit einiger Zeit macht.<sup>131</sup>

<sup>130</sup> Vgl. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/viral-marketing.html> Stand: 03.01.2012

<sup>131</sup> Vgl. <http://flashmob-koeln.net/> Stand: 03.01.2012

Ein Flashmob ist eine Gruppierung von Menschen an einem bestimmten Ort. Man trifft sich um an einer bestimmten Aktivität wie einem gemeinsamen Tanz, einer Kissenschlacht oder einem Lied teilzunehmen. So schnell sich Flashmobs zusammenfinden, so schnell lösen sie sich auch wieder auf.<sup>132</sup>

**Abbildung 36: Welche touristischen Leistungen wurden innerhalb Andernachs in Anspruch genommen?**



Quelle: Umfrage

Diese Grafik zeigt ganz deutlich, welchen Stellenwert der Geysir für den Andernacher Tourismus hat. Rund 87% der Touristen, die Andernach besuchen, besichtigen auch den Geysir.

Was aber dennoch verwunderlich ist, ist die Tatsache, dass wenige der Befragten den Punkt Stadtführungen angekreuzt haben. Viele Gruppen, die von außerhalb kommen, hatten zu ihrem Besuch beim Geysir eine Stadtführung mitgebucht (Stand Ende November 2012: 465 Buchungen für - in der Regel - Gruppen ab 15 Personen).<sup>133</sup> Auch hier könnte es an mangelnder Herausgabe der Fragebögen seitens der Stadtführer gelegen haben.

Niemand hatte die Andernacher App angekreuzt, die es bereits seit Februar 2012 zum Downloaden gibt. Zu erklären wäre dies durch mangelnde Marketingstrategie.

Eine Strategie wäre es beispielsweise den sogenannten „QR-Code“ (engl.: quick response – schnelle Antwort), der Stadt Andernach auf die Rückseite des Fragebogens zu drucken.

Somit hätte jeder, der auf diesen durch den Fragebogen aufmerksam geworden ist, die Möglichkeit des Herunterladens gehabt. Außerdem gibt es die App gibt bisher auch nur für das iPhone. Für das Jahr 2013 ist eine Erweiterung für Android Nutzer geplant.<sup>134</sup>

<sup>132</sup> Vgl. <http://lestschiller.wordpress.com/2009/04/26/flashmob-lest-schiller/> Stand: 03.01.2012

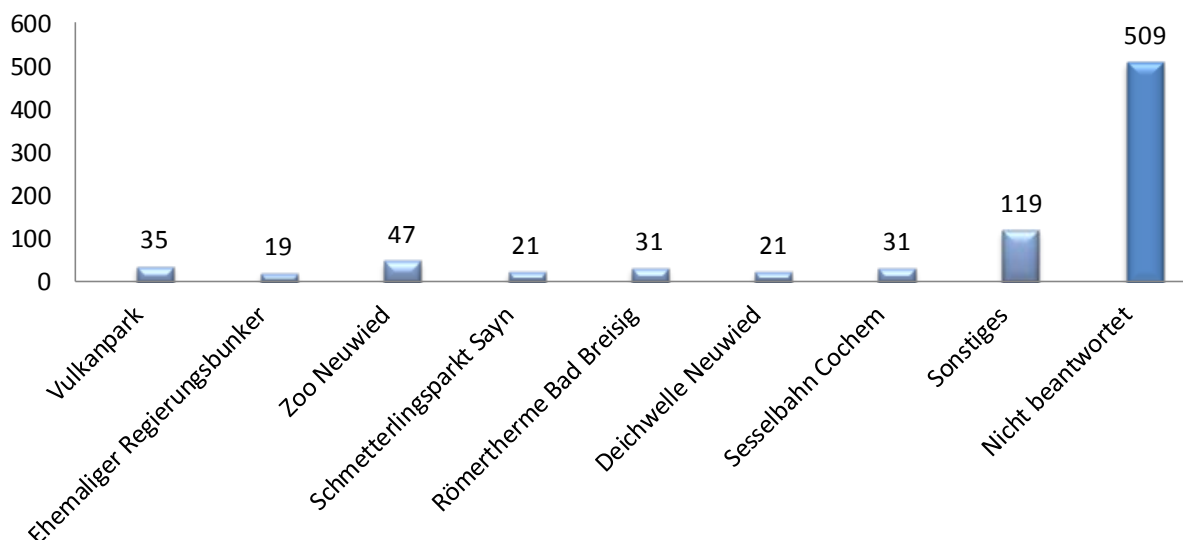
<sup>133</sup> Vgl. Neitzert, Kristina, Andernach – touristische Entwicklungen, Brief vom 27.11.2012

<sup>134</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

Eine weitere Schwierigkeit in der Auswertung bestand darin, dass viele Gäste annahmen, dass der Punkt Museum und Schiff zum Geysir gehörten und oft alle drei Punkte ankreuzten. Deutlicher wäre es beispielsweise gewesen, wenn man nach „Stadtmuseum“ und „Linienschiffahrt“ gefragt hätte.

Somit sollte man bei dieser Frage vorsichtig mit einer Aussage über das Museum und die Schifffahrt, bezüglich des tatsächlichen Besuches sein.

**Abbildung 37: Welche touristischen Leistungen wurden darüber hinaus besucht?**



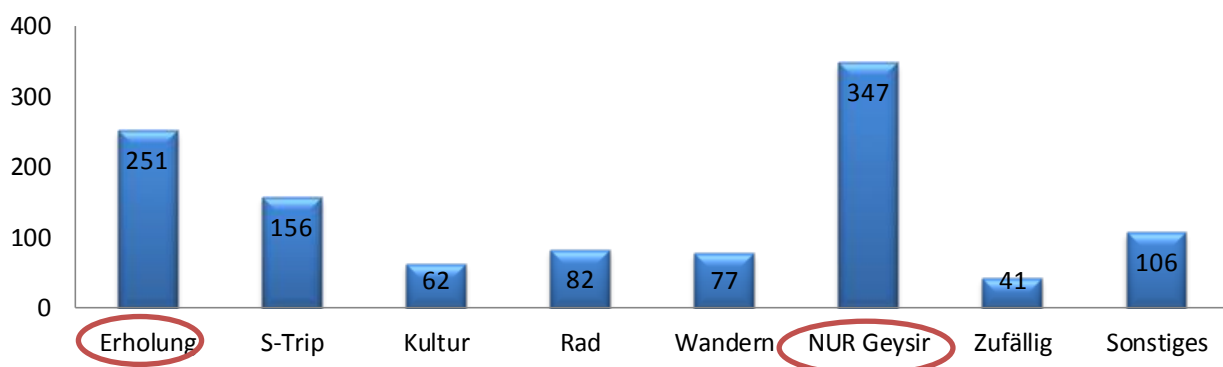
Quelle: Umfrage

Bei diesem Punkt wurde nach Einrichtungen gefragt, die außerhalb von Andernach liegen, um somit analysieren zu können, welche Institutionen außerhalb Andernachs besucht werden. Trotz Kooperation des Geysirs mit dem Schmetterlingspark in Sayn, schneidet der Zoo Neuwied von den vorgegebenen Einrichtungen mit 47 Nennungen am besten ab. Man könnte also überlegen, ob man in naher Zukunft eventuell eine Kooperation mit dem Zoo eingehen könnte. Unter dem Punkt „Sonstiges“ wurden zusätzlich bestimmte Veranstaltungen wie die Kirmes „Michelsmarkt“ oder das große jährliche Feuerwerk „Fest der 1000 Lichter“ genannt. Außerdem gaben viele an, Kirchen besichtigt und die Rad- und Wanderwege genutzt zu haben. Ebenfalls wurde Weinfeste, sowie der ca. 12 km entfernte „Laacher See“ (Ein Maar, in dem sich heute noch ein aktiver Vulkan befindet und man die sogenannten „Mofetten“<sup>135</sup> (aufsteigende, kalte Gasbläschen am Ufer) besichtigen kann). Burgen und Schlösser wurden ebenfalls häufig genannt.

<sup>135</sup> Vgl. <http://www.vulkane.net/lernwelten/schueler/ruhe2.html> Stand: 03.01.2012

Im Allgemeinen kann man sagen, dass die umliegenden Städte wie Bad Breisig mit der Römertherme die direkten Kontrahenten sind. Denn auch diese Orte bieten ihren Gästen Rad- und Wanderwege, Veranstaltungen und Campingplätze an.<sup>136</sup> Die Besonderheit liegt deshalb in etwas Einzigartigem, wie beispielsweise einer Therme oder einer Sesselbahn. Dies sind jedoch Institutionen, die ersetzbar sind. Das es ist Andernach den Kaltwasser-Geysir gibt, liegt jedoch in der Natur, was den Standort besonders macht und einen deutlichen Vorteil gegenüber anderen Kleinstädten bietet. Dies zeigt auch die folgenden Graphik (Abb.37).

**Abbildung 38: Spezifischer Reisegrund**



Quelle: Umfrage

Diese Frage untersucht die genaue Reisemotivation. Man spricht in diesem Fall auch von „Intrinsischer Motivation“. Damit meint man Handlungs- und verhaltensbestimmte Elemente, die für die Reiseentscheidung ausschlaggebend sind.<sup>137</sup>

Wie bereits in Abb. 36 erwähnt, besuchen etwa 87% der Touristen den Geysir. Dies stellt für Andernach zwar momentan eine gute Anzahl der Gäste dar, doch stellt sich die Frage, ob die Touristen auch ein zweites oder drittes Mal wiederkommen.

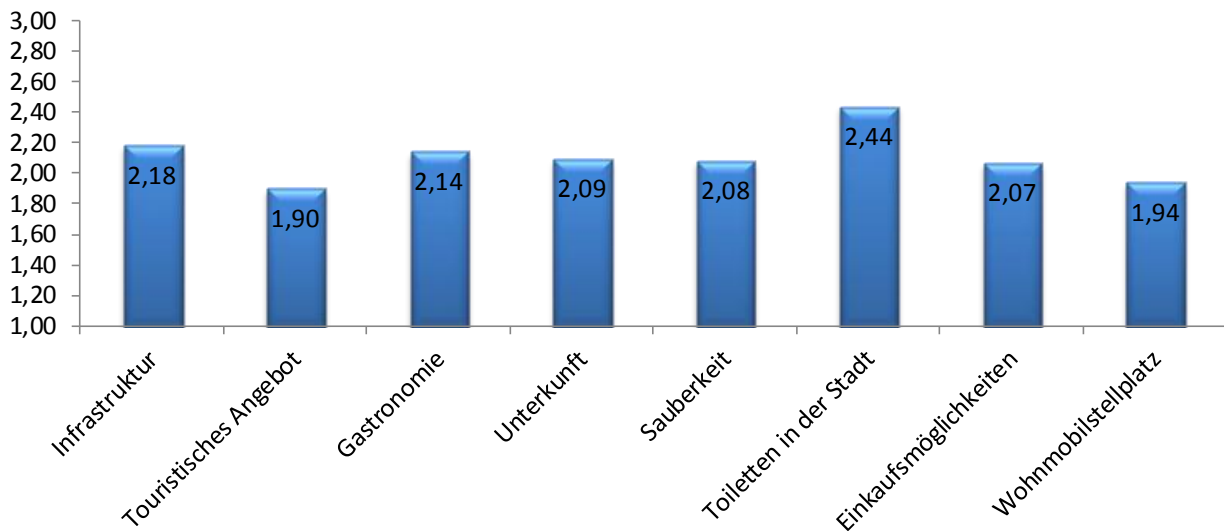
Dies birgt natürlich auch Risiken. Wenn das Interesse für den Geysir irgendwann nicht mehr so stark ist, muss sich die Stadt Andernach nach anderen touristischen Anziehungspunkten umsehen.

Der Erholungsaspekt zählt ebenfalls zu einem wichtigen Kriterium bei der Auswahl der Stadt Andernach als touristisches Ausflugsziel. Generell zählt der Erholungsaspekt, bzw. Landschaft und Natur mit zu den derzeit wichtigsten Urlaubsmotiven.<sup>138</sup>

<sup>136</sup> Vgl. <http://www.bad-breisig.de/Tourismus/> Stand: 10.01.2013

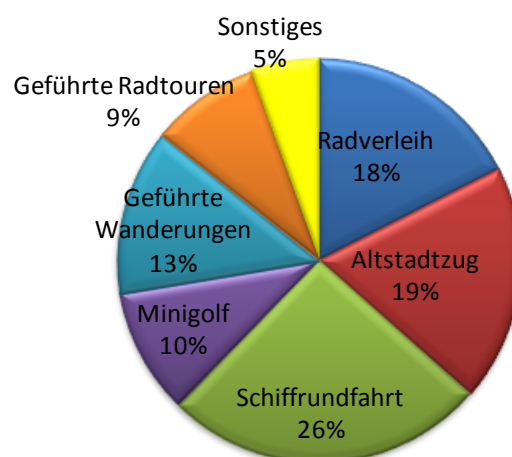
<sup>137</sup> Vgl. Schönborn, Elke: Freizeit und Tourismussoziologie. Palma: Ascenso Business- und Medienakademie, Skript Folie 63, 15. – 25. 11.2010

<sup>138</sup> Vgl. <http://blog.austriatourism.com/2009/08/urlaubsmotive-deutscher-urlauber/> Stand: 03.02.2012

**Abbildung 39: Wie bewerten Sie folgende Aspekte?**

Quelle: Umfrage

Um zu sehen, wie Touristen derzeit die Stadt einstufen, wurden die hier aufgeführten Punkte genannt, die dann mit einer Note von eins bis fünf gewertet werden sollten. Dabei stand die eins für „ganz gut“, die fünf für „ganz schlecht“ und eine null für „nicht genutzt“. Das touristische Angebot schnitt mit der Note 1,9 am besten ab, dicht gefolgt vom Wohnmobilstellplatz mit 1,94. Der Punkt öffentliche Toiletten in der Stadt schneidet im Vergleich mit der Note 2,44 am schlechtesten ab. Im gesamten liegt Andernach in einem guten Zweier-Bereich mit der Durchschnittsnote 2,01.

**Abbildung 40: Wünschenswerte Leistungen**

Quelle: Umfrage

Mit 26% ist deutlich zu erkennen, dass sich über ein Viertel der Befragten für eine Schiffrundfahrt interessieren würden. Damit ist eine Rundfahrt auf dem Rhein entweder Richtung Koblenz oder Richtung Bonn gemeint.

Das Schiff pausiert hierbei und fährt nach ca. 30 Min. wieder zurück nach Andernach. Für einen Altstadtzug, eine Art offene „Bimmelbahn“, interessierten sich 105 Personen und für einen öffentlichen Radverleih 97.

13 Prozent der Gäste wären in Andernach an einer geführten Wanderung interessiert und 18 Prozent an einem Radverleih. Unter „Sonstiges“ wurden des Weiteren der Ausbau von Parkplätzen, das Aufstellen von Infotafeln über die Flora und Fauna des Naturschutzgebiets Namedyer Werth und eine bessere Beschilderung von der Autobahn zum Geysir-Erlebniszentrum gewünscht.

## 9.5 Zusammenfassung der Fragebögen

Die Auswertung der Fragebögen hat ergeben, dass Andernach überwiegend von Tagesgästen anstelle von Übernachtungsgästen besucht wird. Allerdings muss man hierbei berücksichtigt werden, dass die Rücklaufquote der in Hotels ausgelegten Fragebögen sehr gering war, obwohl im Zeitraum Januar bis August 2012 bereits 36.823 Übernachtungen verzeichnet wurden. 77 Prozent der befragten Gäste übernachteten in Hotels und 15 Prozent auf dem Wohnmobilstellplatz. Die restlichen Gäste verteilten sich auf Ferienwohnungen, Schiffe oder auf Übernachtungen bei Freunden und Bekannten. Als Übernachtungspreis pro Person gaben 47 Personen an, für ein Zimmer zwischen 50,00€ und 70,00€ bezahlt zu haben.

Bei der Auswertung wurde jedoch problematisch, dass nicht mehr nachvollzogen werden kann, ob der Gast diesen Preis für ein Doppelzimmer gezahlt hat oder tatsächlich nur für ein Einzelzimmer, bzw. den Doppelzimmerpreis halbiert hat. Gleich Problematik stellte sich bei den anderen Preisen. Diese Auswertungsschwierigkeit fiel durch die Tatsache auf, dass fünf Befragte 110 – 130€, bzw. über 130 € angegeben hatten, es jedoch in Andernach keine Hotels gibt, die für eine Nacht/Person einen solchen Preis verlangen.

In der Regel blieben die Urlauber zwei bis vier Tage in der Stadt und gaben etwa 30,00€ bis 50,00€ neben ihrer Unterkunft aus. Hierbei muss erwähnt werden, dass nicht nach der Ausgabe pro Tag, sondern in der Zeit des kompletten Aufenthalts gefragt wurde. Auch bei den Tagesgästen, die laut Befragung zwischen 50 – 70,00€ am Tag ausgeben, ist zu bemerken, dass es nicht nachvollziehbar ist, ob beispielsweise ein Familienvater, bei der Angabe die Summe für sich alleine oder seine gesamte Familie angegeben hat. Die Frage nach den Tagesausgaben, hätte gezielter nach den Tagesausgaben pro Kopf gestellt werden sollen.

34 Prozent gaben dabei ihr Geld für Freizeiteinrichtungen, 32 Prozent für Gastronomie und 24 Prozent für den Einzelhandel aus. Die Kategorie Einzelhandel wurde in der darauffolgenden Frage noch einmal unterteilt. Dabei gaben 214 Personen an, Lebensmittel zu kaufen und 115 Personen Souvenirs.

Die Anreise nach Andernach erfolgte bei 42 Prozent der Reisenden mit dem Auto und bei 39 Prozent mit dem Bus. Dabei betrugen die durchschnittliche Aufwendung zwischen 10,00€ und 30,00€.

Fragwürdig ist, dass lediglich 25 Personen und damit ein verschwindend geringer Teil angegeben hatte, mit dem Fahrrad angereist zu sein. Eine glaubwürdigere Zahl hätte womöglich eine Auslegung der Fragebögen bei der Touristeninformation ergeben. An dieser wurden nämlich, laut Kristina Neitzert, Leitung für Tourismus und Stadtmarketing in den Sommermonaten, fast ausschließlich Übernachtungen von Fahrradfahrern gebucht.



Aus diesem Grund wäre ein höherer Anteil an Urlaubern erwartet gewesen, die mit dem Fahrrad nach Andernach gereist sind.

Darüber hinaus wurden die Touristen nach ihrer Freizeitgestaltung in der Stadt gefragt. Der Hauptanziehungspunkt ist, neben einer Stadtführung, einem Museumsbesuch oder einer Schifffahrt, der Kaltwasser-Geysir. 68 Prozent der Befragten besuchten diesen bei ihrem Stadtaufenthalt. Auch bei dieser Frage kam bei der Auswertung zu gewissen Schwierigkeiten und Differenzierung. Gäste antworteten auf die allgemeine Frage, welche touristische Leistungen in Anspruch genommen wurden, dass sie an einer Schifffahrt, einem Museums-Besuch und an dem Besuch beim Geysir teilgenommen haben.

Allerdings besteht der Geysir-Besuch, wie bereits erwähnt, aus drei Abschnitten: Die Ausstellung, die jedoch von vielen auch als Museum bezeichnet wird, die Überfahrt mit dem Geysir-Schiff und dem Ausbruch des Geysirs. Hier könnte es bei den Befragten zu Missverständnissen gekommen sein, ob diese Abschnitte gesondert zu beurteilen waren. Schließlich war bei der Fragestellung das Stadtmuseum und eine Linienschifffahrt mit der Gesellschaft Köln-Düsseldorfer nach Mainz oder Köln gemeint und nicht die Attraktionen innerhalb des Geysir-Ausfluges.

Der Neuwieder Zoo, Weinfeste, sowie Burgen und Schlösser stellen neben dem Geysir beliebte Ausflugsziele außerhalb Andernachs dar. Mit 87 Prozent ist der Kaltwasser-Geysir jedoch der meist genannte Grund, um nach Andernach zu reisen. Aber auch der Punkt Erholung spielt mit 251 Nennungen eine bedeutende Rolle.

Allgemein kann gesagt werden, dass die Stadt Andernach bei der Bewertung für seine Einkaufsmöglichkeiten, der Sauberkeit, der Infrastruktur, Gastronomie und Unterkünften mit „gut“ abgeschnitten hat. Mit einer Note von 1,90 und 1,94 wurde das Touristische Leistungsangebot und der Wohnmobilstellplatz bewertet.

Bei der Frage nach wünschenswerten Leistungen der Stadt für die Zukunft wurde eine Schiffrundfahrt mit 26 Prozent, einem Touristenzug mit 19 Prozent und dicht gefolgt von einem Radverleih mit (18 Prozent) angegeben. Andernach stellt somit mit seinen Touristenattraktionen ein beliebtes Reiseziel dar, das jedoch weiterhin ausbaufähig bleibt, um in Zukunft noch mehr Touristen in die Stadt am Rhein zu locken.

## 10. SWOT – Analyse für Andernach

Die SWOT-Analyse wird definiert durch folgende vier Punkte:

- S-Strengths – Stärken,
- W-Weaknesses – Schwächen,
- O-Opportunities – Chancen,
- T-Threats – Risiken

und ist „ursprünglich ein Instrument des strategischen Managements und dient dazu, aus den Stärken und Schwächen einer Organisation (interne Sicht) und den Chancen und Risiken der Umwelt (externe Sicht) geeignete strategische Lösungsalternativen für die Erreichung der Ziele der Organisation abzuleiten.“

{[http://www.orghandbuch.de/nn\\_414926/OrganisationsHandbuch/DE/6\\_\\_MethodenTechniken/63\\_\\_Analysetechniken/634\\_\\_SWOT-Analyse/swot-analyse-node.html?\\_\\_nnn=true](http://www.orghandbuch.de/nn_414926/OrganisationsHandbuch/DE/6__MethodenTechniken/63__Analysetechniken/634__SWOT-Analyse/swot-analyse-node.html?__nnn=true)  
21.11.12}

In dem folgenden Kapitel werde ich die SWOT Analyse auf die Stadt Andernach anwenden und erläutern.

### 10.1 Stärken

- Ganz klar sticht der welthöchste Kaltwasser-Geysir als weltweites Alleinstellungsmerkmal für die Stadt heraus. 115.944<sup>139</sup> Touristen kamen 2012 ausschließlich, um dieses Naturschauspiel sehen zu können. Dies setzt natürlich auch eine gute Verkehrsanbindung voraus.
- Durch einen Bahnhof, der an alle wichtigen Bahnhöfe, wie z.B. Frankfurt, Bonn oder Köln angebunden ist und die vorteilhafte Lage zwischen den Großstädten Bonn und Koblenz, sowie die Nähe zu den Autobahnen A3 und A61 ist die Stadt Andernach sehr leicht zu erreichen.
- Auch erfreut sich die Stadt eines internationalen Bekanntheitsgrads durch zahlreiche Zeitungsartikel, Fernseh- und Youtube-Beiträge über den Geysir und das Projekt „Essbare Stadt“.
- Es besteht ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen touristischem Standort und Wirtschaftsstandort.
- Andernach verfügt über eine Historie von über 2.000- Jahren und zählt damit zu den ältesten Städten Deutschlands.

<sup>139</sup> Lichtenberg, Angelina, Geysir.info GmbH, Ticketing und Shop: Brief vom 27.11.2012

- Gute Lage an der Grenze zwischen Rhein und Eifel bietet guten Ausgangspunkt für Rad- und Wandertouren
- Ein weiterer Punkt ist die optimale Lage des Wohnmobilstellplatzes direkt am Rhein, den jährlich etwa 40.000 Besucher<sup>140</sup> in Anspruch nehmen.

## 10.2 Schwächen

- Der Wohnmobilstellplatz bietet zwar eine gute Lage, allerdings ist die Müllentsorgung, sowie die Stromversorgung laut der Fragebögen als mangelhaft zu bewerten.
- Außerhalb des Geysirs und der „Essbaren Stadt“ bestehen kaum weitere touristische „Highlights“, die als Alleinstellungsmerkmal gelten könnten. Zwar gibt es zahlreiche Sehenswürdigkeiten, die man innerhalb der Stadtführungen besichtigen kann, jedoch sind dies Dinge, die jede andere Stadt auch besitzt. Somit bestehen kaum Angebote für einen längerfristigen Urlaub.
- Der Einzelhandel ist zwar auf die Senioren abgestimmt, die auch durchaus mehr für Produkte ausgeben, wird jedoch das Angebot, ganz gleich ob im touristischen- oder Einzelhandel, für „Jungerwachsene“ vernachlässigt.
- Ein weiterer Schwachpunkt stellen die leerstehenden Geschäftsräume dar. Aussagen wie *„Zu einseitige Geschäfte“* und *„Die leerstehenden Geschäfte und heruntergekommenen Häuser in der Innenstadt sind absolut kontraproduktiv“* von Touristen, bestätigen dies.
- Es besteht die Schwierigkeit einen gesunden innerstädtischen Branchenmix für Jung und Alt herzustellen.
- Nur fünf von 16 Hotels sind von der DeHoGa, dem deutschen Hotel und Gasthofverband, mit Sternen klassifiziert. Es wurde bereits versucht, weitere Hotels zu motivieren, sich klassifizieren zu lassen, doch hielt sich die Bereitschaft seitens der Hoteliers in Grenzen. Viele Hotelbesitzer, meist im Seniorenalter, betreiben ihre Häuser seit Generationen. Sie haben noch nicht erkannt, dass sie investieren, bzw. evtl. andere Marketingstrategien anwenden müssen als noch vor 20 Jahren. Gäste haben durch eine Klassifizierung die Möglichkeit, sich besser und schneller zu orientieren und sofort die Qualität des Hotels zu erkennen. Schließlich sucht jeder Gast für sich das passende Hotel aus.<sup>141</sup>

<sup>140</sup> Neitzert, Kristina: Leitung Tourismus und Stadtmarketing. Mündliche Mitteilung vom 20. Dezember 2012

<sup>141</sup> Vgl. <http://www.dehoga-tourismus.de/F%C3%BCrmeinHotel/Hotelklassifizierung/tabid/2274/Default.aspx>  
Stand: 03.12.2012

### 10.3 Chancen

- Ausbau des Wanderweges auf dem Krahnenberg
- Durch eine höhere Erlebnisdichte wie beispielsweise ein Stadtmuseum für Kinder, ein Tanzlokal für die ältere Generation oder Erlebnisgastronomie bestünde die Möglichkeit die Aufenthaltsdauer der Gäste in der Stadt zu verlängern.
- Im nächsten Jahr soll wieder eine Touristenbefragung seitens Andernach.net durchgeführt werden. Hier können dann durch Trendbeobachtungen neue Zielgruppen ermittelt werden um das touristische Angebot spezialisieren oder sogar neue Märkte erschließen zu können. Ebenfalls kann man aus diesen potentielle Kooperationspartner ableiten, sowie leerstehende Geschäftsräume mit Läden füllen, die für Touristen und Einheimische relevant wären.
- Durch eine noch höhere und verbesserte Internetpräsenz, durch beispielsweise mehr öffentliche Nachrichten bei Facebook oder Youtube-Beiträgen, hat die Stadt des Weiteren die Möglichkeit, ihren Bekanntheitsgrad zu steigern und damit weitere Kunden in die Stadt zu locken um u.a. eine, auch in Zukunft, positive wirtschaftliche Entwicklung zu sichern.
- Wie auch durch den Fragebogen in Erfahrung gebracht, wären neu entwickelte touristische Angebote gewünscht. Mit einer Schiffrundfahrt von Andernach nach Koblenz oder Bonn und wieder zurück hätte man weitere Angebote, um die Stadt attraktiver zu machen. Ein weiterer Vorteil wäre auch die indirekte Werbung, die in den Anliege-Städten gemacht wird, weil dort die Schiffe zu sehen sind.
- Ebenfalls bedeutet wachsender Tourismus eine größere Sicherheit der Arbeitsplätze, bzw. neue Arbeitsplätze könnten geschaffen werden.
- Durch ein verändertes Angebot auf dem Geysir-Schiff als Kulturbühne, sowie die Lage des Wohnmobilstellplatzes besteht die Möglichkeit, dass Gäste wiederkommen.
- Mit der App und der Präsenz in sozialen Netzwerken können zukünftig auch jüngere Zielgruppen angesprochen werden.
- Das Segment Firmenausflüge könnte weiter ausgebaut werden, um damit eine weitere Zielgruppe generieren zu können.
- Ein verbesserter innerstädtischer Branchenmix für Jung und Alt, um das Stadtleben wieder attraktiver zu machen.

## 10.4 Risiken

- Aufgrund des zunehmenden Tourismus könnten sich Einheimische bedrängt fühlen.
- Vermehrtes Verkehrsaufkommen, Lärm und Schmutz können Lebensqualität und das Image eines „ruhigen Städtchen“ gefährden.
- Durch den demographischen Wandel und der damit verbundenen Überalterung werden Angebote für jüngere Generationen vernachlässigt. Dies könnte zu einer vermehrten „Flucht“ in die Großstädte führen.
- Wenn das Interesse am Kaltwassergeysir irgendwann nachlässt oder dieser durch natürliche Faktoren nicht mehr springt, muss sich die Stadt nach alternativen touristischen Leistungen umsehen, bzw. derzeitige Projekte wie die Wanderwege oder die Essbare Stadt weiter ausbauen.
- Wenn die Besucherzahlen auf dem Wohnmobilstellplatz weiter steigen, könnte dies zu einem Engpass an Stellplätzen führen. Damit wird wahrscheinlich eine Verknappung des Angebots zu einem erhöhten Stellplatzpreis führen und damit Unmut bei den Gästen erzeugen.

## 11. Fazit

Nach Auswertung der Fragebögen und vielseitiger Recherchearbeit erlangt man für die Stadt Andernach im Bereich des Tourismus zu folgenden Schlussfolgerungen:

In den kommenden Jahren ist wohl eine positive Entwicklung im Tourismussegment zu erwarten, da vor allem auch der Trend zu Städte- und Kurzreisen in den nächsten Jahren weiter steigen wird. Die Stadt Andernach stellt sich den Herausforderungen einer durch den Tourismus wachsenden Destination. Zusammenwachsenden Märkte, sowie der stärkere Wettbewerb zwischen den Kommunen werden erkannt und bearbeitet, sodass durch entsprechende Veränderungen reagiert werden kann.

Die steigenden Besucherzahlen des Kaltwasser-Geysirs werden auch in Zukunft weiter eine Basis des Tourismus sein. Das wird dazu führen, dass eine ständige Verbesserung und Ausarbeitung von Marketingmaßnahmen erforderlich sein wird. Dabei wird der Schwerpunkt bei Tagesgästen liegen.

Nach der schriftlichen Umfrage durch die Geysir.info gGmbH und der Andernach.net GmbH 2012 wurde erwiesen, dass viele Gäste ausschließlich aufgrund des Geysir in die Stadt reisen und 95 Prozent dieser Befragten diesen auch weiterempfehlen würden.

Demnach beinhaltet die Stadt Andernach ein hohes Potential, das durch gezielte Marketingmaßnahmen wie die Verbesserung der Internetpräsenz oder die vermehrte Schaltung von Werbung in Reiseführern, um Gäste in die Stadt zu locken, gefördert werden könnte.

Geplant sind darüber hinaus verschiedene Veranstaltungen, die auf dem Geysir-Schiff stattfinden sollen, sodass man mit diesem auch Events in Verbindung bringt und somit das Angebot für Touristen erweitert.

Mit dem ersten Europafest und dem Geysir-Frühling mit verkaufsoffenem Sonntag wurden 2012 neue kulturelle Angebote geschaffen, die einer weltoffenen und zeitgemäßen Stadt entspricht.

Darüber hinaus wird der angestrebte Ausbau der Wanderwege auf dem Krahenberg für einen weiteren Anstieg der Gäste im Wandersegment sorgen. Das ansteigende Gelände hat das Potential durch diese Erweiterung der Wanderwege und einem verbesserten Beschilderungssystem zu einem beliebten Wandergebiet zu werden.

Das Projekt „Essbare Stadt“, in der den Bürgern gestattet ist, sich aus dem angelegten städtischen Garten an saisonalem Gemüse- und Obst zu bedienen, wird in den nächsten Jahren weiterhin Aufmerksamkeit erregen. Die Nachhaltigkeit wird ferner eine Rolle spielen, da viele Städte planen, dem Konzept einer Gartenstadt zu folgen. Im Zuge der „Entente Florale“, einem Wettbewerb mit dem Ziel, Nachhaltigkeit durch Naturbewusstsein zu schaffen, hat sich die Stadt Andernach zu einem Magneten der Presse entwickelt.

Zahlreiche Beiträge in Zeitungen und Fernsehen ziehen die Aufmerksamkeit auch vermehrt von Touristen auf die Stadt als Reiseziel. Auch der deutsche Tourismusverband fand heraus, dass Gäste nicht mehr nur allein durch typische touristische Leistungen, wie einen Stadtstrand oder Beachclubs angelockt werden, sondern auch durch ein originelles Stadterlebnis, welches die Stadt Andernach künftig zu bieten hat.

Die starke Frequentierung des Wohnmobilstellplatzes wird voraussichtlich auch in den nächsten Jahren nicht abnehmen. Die direkte Lage am Rhein, sowie die kurze Entfernung in die Altstadt sind wichtige Zug-Faktoren, die diesen Stellplatz für Reisende besonders attraktiv erscheinen lassen.

Ebenfalls die Tatsache, dass in Zukunft immer mehr Informationsbroschüren auch in Fremdsprachen wie Niederländisch, Englisch, Französisch sowie ab 2013 auch auf Chinesisch gedruckt werden sollen zeigt eindeutig, dass der Anteil der ausländischen Gäste ein bedeutsamer Punkt für die touristische Entwicklung sein wird.

Eine Problematik könnte sich allerdings in folgenden Punkten entwickeln:

Wenn der Tourismus innerhalb der Stadt weiterhin steigt, könnte dies unweit zu einem Konfliktpotential mit den Einheimischen führen. Tourismus verursacht zwangsläufig ein beeinflussen verschiedener Gruppen. Es besteht unter anderem die Gefahr einer sozio-kulturellen Problematik, in der sich die Einwohner durch Touristen gestört fühlen. Ebenso ist eine Erhöhung des Preisniveaus in Geschäften, Hotels und dem Gastronomiegewerbe nicht auszuschließen. Auch diese Angelegenheit könnte zu Spannungen in der Bevölkerung führen.

Die wachsende Nachfrage nach Wohnmobilstellplätzen stellt sicherlich in naher Zukunft ein Platzproblem dar. Eine erhöhte Nachfrage führt außerdem meist zu einer Preiserhöhung. Sollte dies zutreffen, ist eine Unzufriedenheit bei den Gästen abzusehen, was sicherlich eine Abwanderung in die anderen Städte zur Folge hätte.

Problematisch erscheint außerdem, dass immer mehr kleinere Städte im Umland ebenfalls anstreben, ihr touristisches Leistungsangebot zu erweitern und es damit Andernach gleich zu tun.

Dennoch ist abschließend zu sagen, dass Andernach mit seiner Vielseitigkeit eindeutig das Potential zu haben scheint, auch in Zukunft ein beliebtes Reiseziel zu bleiben. Abzuwarten bleiben dennoch die Entwicklungen der Zukunft und ob es Andernach im Zuge der Zeit gelingen wird, den Tourismus durch die angestrebten Maßnahmen konsequent zu festigen oder gar zu erweitern.



## 12. Literaturverzeichnis

### Bücherquellen

ANDERNACH.NET GMBH UND WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG ANDERNACH (2011): *Punktlandung für Andernach. „Alles Gute für die Zukunft“. Leben und arbeiten in Andernach.* 1. Auflage

DR. SCHÖNERT Daniel(2010): *Einführung in die empirische Kommunikationsforschung.* Manuskript. ASCENSO Medien- und Businessakademie, Palma de Mallorca.

SCHÖNBORN Elke (2010): *Freizeit und Tourismussoziologie.* Manuskript, ASCENSO Medien- und Businessakademie, Palma de Mallorca.

FRANKFURTER RUNDSCHAU (Hg.) (2011): *Reisen in Deutschland ist beliebt wie nie.* Online verfügbar unter <http://www.fr-online.de/reise/urlaubs-statistik--reisen-in-deutschland-ist-beliebt-wie-nie,1472792,7180316.html>, zuletzt aktualisiert am 18.12.12.

HEYEN Franz-Josef (1994): *Andernach. Geschichte einer rheinischen Stadt.* Unter Mitarbeit von Peter Brommer Paul Georg Custodis Dietmar Flach Achim Hütten Rainer Krämer, Hans-Jürgen Krüger Gerold Küffmann Johannes Mötsch Bertram Resmini Klaus Schäfer Georg Friedrich Böhn. 2. Auflage. Andernach: Oertel-Druck GmbH.

HUNDER Hans (1986): *ANDERNACH. Darstellung zur Geschichte der Stadt.* Andernach: Gebrüder Wester.

HISTORISCHEN VEREIN ANDERNACH E.V (Hg.) (1999/2000): *Andernacher Annalen 3.* Unter Mitarbeit von Ruth Arera-André. 3. Auflage

HISTORISCHER VEREIN ANDERNACH E.V. (Hg.) (1994): *Andernacher Annalen 1. 1995/96.*

Unter Mitarbeit von Klaus Schäfer und Karl Tilch, Reinhard Gilles, Manfreg Huiskes, Ferdinand Broemser, Ben Boese, Wolfgang P. Fischer, Elfie Nadolny, Michael Krings, Marc Breuer, Anton Kaiser. Andernach: Wester Druckerei GmbH Andernach

HISTORISCHER VEREIN ANDERNACH E.V. (Hg.) (2003): *Andernach 1939 - 1945. Das Kriegstagebuch von Karl Wind.* Unter Mitarbeit von Reinhard Gilles Günther Haffke Frank Neupert Norbert Wex Winfried Fischer. 2 Bände. Andernach (1).

IDEEMEDIA GMBH MIT GEYSIR.INFO GMBH ANDERNACH (2012): *Naturschauspiel Geysir Andernach.* 1. Auflage Neuwied.

STADTMUSEUM ANDERNACH (Hg.) (1986): *Andernach in der frühromischen Zeit.* Begleitheft zur Sonderausstellung „Frühromische Grabfunde aus Andernach“ 1986.

SCHÄFER Klaus (Hg.) (1988): *Andernach im Frühmittelalter. Venantius Fortunatus.* Begleitheft zur Sonderausstellung im Stadtmuseum Andernach 1. Juli 1988 - 4. September 1988. Andernach: Druckerei P. Oertel.

SCHÄFER Klaus (1998): *Andernach am Rhein.* Die Reihe Archivbilder. 1. Auflage. Erfurt: Sutton Verlag GmbH.

KNEBEL H.-J (1960): *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus*. Stuttgart.

KULTURAMT DER STADT ANDERNACH (Hg.) (1985): *Die Zeit des Nationalsozialismus in Andernach 1930 - 1939 (2/85)*. Andernach.

ADRESS- UND GESCHÄFTS-HANDBUCH DER BÜRGERMEISTEREIEN (1936/1937): Andernach-Stadt, -Land u. Burgbrohl. sowie der Orte Fahr, Leutesdorf u. Hammerstein. Hg. v. Buchdruckerei Otto Spieler.

O.A. (2012): *Andernach ehrte seine Spitzensportler*.  
In: Andernach aktuell 9. Jahrgang, 11.12.2012 (Nr. 50).

ADAMS Peter (1955): *Kurzgefasste Geschichte der Stadt Andernach*. 440 Jahre Andernacher Zünfte. Andernach: Gebrüder Wester.

SPARKASSENVERBAND RHEINLAND – PFALZ (2011): *Tourismusbarometer Jahresbericht 2011*. Bingen.

VERBANDSGEMEINDEVERWALTUNG PELLEENZ (Hg.) (2008): *150 Jahre Verbandsgemeinde 1858 - 2008 Pellenz*. Unter Mitarbeit von Holger Schaaf, Klaus Schäfer, Frank Neupert, Günther Gries, Wolfgang Zäck, Maria Zaar-Görgens, Andreas Britz, Angelika Hunold. Andernach: Rudolf Künster, Druckerei und Verlag.

VERKEHRSAMT DER STADT ANDERNACH (Hg.) (o.A.): *Andernach gestern und heute*. Porträt einer alten deutschen Stadt am Rhein. Unter Mitarbeit von E. Giede. Andernach.

FREYER Walter (2011): *Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. 10. Auflage. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.

ROUSEK Werner (1998): *Die Geschichte von Namedy*. Von der Vorgeschichte bis ins 20. Jahrhundert. Namedy.

## **Internetquellen**

BEBERMEIER Johannes (2012): *Kultur satt: Andernach bietet buntes Programm*. Hg. v. Rhein Zeitung. Online verfügbar unter [https://www.rhein-zeitung.de/regionales\\_artikel,-Kultur-satt-Andernach-bietet-buntes-Programm-\\_arid,470214.html](https://www.rhein-zeitung.de/regionales_artikel,-Kultur-satt-Andernach-bietet-buntes-Programm-_arid,470214.html), Stand: 09.01.2013.

BOCK Annekathrin (2010): *Facebook als Schlüssel zum Erfolg für klein- und mittelständische Unternehmen?* – Gastartikel Teil 1. Hg. v. Inc WebMediaBrands. Online verfügbar unter <http://allfacebook.de/allgemeines/facebook-als-schlüssel-zum-erfolg-fur-klein-und-mittelstandische-unternehmen-gastartikel-teil-1/>, Stand: 18.11.2011.

BUNDESGARTENSCHAU KOBLENZ 2011 GMBH (Hg.) (2011): *Bundesgartenschau 2011. Koblenz verwandelt*. Online verfügbar unter [http://www.buga2011.de/web/de/aktuelles/aktuelles\\_detail.php?id=1420](http://www.buga2011.de/web/de/aktuelles/aktuelles_detail.php?id=1420), Stand: 15.12.2012.

BUNDESVERBAND INFORMATIONSWIRTSCHAFT, TELEKOMMUNIKATION UND NEUE MEDIEN E.V (Hg.) (2011): *Halb Deutschland ist Mitglied in sozialen Netzwerken*. Online verfügbar unter [http://www.bitkom.org/de/themen/36444\\_67667.aspx](http://www.bitkom.org/de/themen/36444_67667.aspx), Stand: 18.11.2012.

DEHOGA TOURISMUS BADEN WÜRTTEMBERG (Hg.): *Deutsche Hotelklassifizierung*. Online verfügbar unter <http://www.dehoga-tourismus.de/F%C3%BCrmeinHotel/Hotelklassifizierung/tabid/2274/Default.aspx>, Stand: 03.12.2012.

DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V. (Hg.) (2011): *Zahlen, Daten, Fakten*. Online verfügbar unter <http://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDFs/Zahlen-Daten-Fakten%202011.pdf>, Stand: 25.11.2012.

DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V. (Hg.) (2011): *Zukunft im Städtetourismus: Authentisch statt austauschbar*. Online verfügbar unter <http://www.deutschertourismusverband.de/presse/pressemitteilungen/aktuelle-pressemitteilungen/aktuelle-pressemitteilungen/article/zukunft-im-staedtetourismus-authentisch-statt-austauschbar.>, Stand: 05.01.2013.

DWIF E.V. (Hg.) (2011): *Tagesreisen*. Januar 2012: Plausibilität der dwif-Ergebnisse erneut bestätigt! Online verfügbar unter <http://www.dwif.de/de/beratungsschwerpunkte/marktforschung-monitoring-amp-prognosen/tagesreisen.html>, Stand: 02.01.2013

FLASHMOB-KOELN.NET (Hg.) (2012): *Mehr Spaß in den Großstadtalltag!* Online verfügbar unter <http://flashmob-koeln.net/>, Stand: 03.01.2013.

FRANKFURTER RUNDSCHAU (Hg.) (2011): *Reisen in Deutschland ist beliebt wie nie*. Online verfügbar unter <http://www.fr-online.de/reise/urlaubs-statistik--reisen-in-deutschland-ist-beliebt-wie-nie,1472792,7180316.html> Stand: 18.12.2012.

FREIZEIT UND TOURISMUSBERATUNG GMBH (Hg.): *Untersuchung zum Campingtourismus in Rheinland-Pfalz*. Online verfügbar unter <http://www.tourismusnetzwerk.info/download/RLP%20Camping%20Endbericht%20120627neu.pdf>, Stand: 24.11.2012.

GEYSIR.INFO ANDERNACH GMBH (Hg.): *Funktionsweise des Geysirs*. Geysir Andernach. Online verfügbar unter [http://www.geysir-andernach.de/Wissen-\\_Bildung/Funktionsweise-Geysir/](http://www.geysir-andernach.de/Wissen-_Bildung/Funktionsweise-Geysir/), Stand: 20.11.2012.

GEYSIR.INFO ANDERNACH GMBH (Hg.): *Historie. Chronologie des NAMEDYER Sprudels und des Geysir Andernach*. Online verfügbar unter [http://www.geysir-andernach.de/Wissen-\\_Bildung/Historie-Geysir/](http://www.geysir-andernach.de/Wissen-_Bildung/Historie-Geysir/), Stand: 06.12.2012.

INVENT TOURISMUS (Hg.) (2004): *Der Gewohnheitsurlauber*. Online verfügbar unter <http://www.invent-tourismus.de/pdf/INVENT-Gewohnheitsurlauber.pdf> Stand: 26.12.2012.

KARLMOOR (2009): *Ein Flashmob – Was ist das?* Hg. v. lestschiller.wordpress. Online verfügbar unter <http://lestschiller.wordpress.com/2009/04/26/flashmob-lest-schiller/>, Stand: 03.01.2013.

STUMM Karsten (2010): *Krise hoch drei*. Hg. v. Manager Magazin online.  
Online verfügbar unter  
<http://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,671731,00.html>, Stand:  
15.12.2012.

BUSEMANN Katrin und GSCHIEDLE Christoph: *Web 2.0: Habitualisierung der Social Communities*. Hg. v. ARD/ZDF-Onlinestudie 2012.  
Online verfügbar unter  
[http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012\\_Busemann\\_Gscheidle.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Busemann_Gscheidle.pdf),  
Stand: 27.12.2012.

STEINERT Katrin (2012): *Europafest: In Andernach wird ab Freitag gefeiert*. Hg. v. Rhein Zeitung. Online verfügbar unter  
[http://www.rhein-zeitung.de/regionales\\_artikel,-Europafest-In-Andernach-wird-ab-Freitag-gefeiert-\\_arid,445584.html](http://www.rhein-zeitung.de/regionales_artikel,-Europafest-In-Andernach-wird-ab-Freitag-gefeiert-_arid,445584.html), Stand: 17.12.2012.

KOMMUNALE STATISTIKSTELLE (Hg.) (2012): *Statistisches Jahrbuch der Stadt Koblenz 2012. Koblenz verbindet*. Online verfügbar unter  
[http://www.koblenz.de/bilder/Statistik/Statistisches\\_Jahrbuch/statistisches\\_jahrbuch\\_2012.pdf](http://www.koblenz.de/bilder/Statistik/Statistisches_Jahrbuch/statistisches_jahrbuch_2012.pdf)  
f Stand: 03.01.2013.

SZEGLAT Marc (o.J.): *Zischende Gasaustritte: Fumarolen und Mofetten*.  
Online verfügbar unter  
<http://www.vulkane.net/lernwelten/schueler/ruhe2.html>, Stand: 03.01.2012.

MICHENTHALER Marion (2009): *Urlaubsmotive deutscher Urlauber*.  
Hg. v. Österreich Werbung Wien. Online verfügbar unter  
<http://blog.austriatourism.com/2009/08/urlaubsmotive-deutscher-urlauber/>, Stand:  
03.01.2013.

RHEINLAND-PFALZ TOURISMUS GMBH (Hg.): *Neue Untersuchung zum Campingtourismus in Rheinland-Pfalz*. Online verfügbar unter  
[http://presse.rlp-info.de/Aktuelle-Nachricht.5237.0.html?&tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=1757&cHash=b5ddfa858e16d07971db28f321a3515b](http://presse.rlp-info.de/Aktuelle-Nachricht.5237.0.html?&tx_ttnews%5Btt_news%5D=1757&cHash=b5ddfa858e16d07971db28f321a3515b), Stand: 24.11.2012.

RHEINLAND-PFALZ TOURISMUS GMBH (Hg.) (o.J. [2012?]): *Touren-App für Rheinland-Pfalz*. Online verfügbar unter <http://www.wanderwunder.info/Touren-App.5988.0.html?&MP=3500-3551> Stand: 09.01.2013.

RHEINLAND-PFALZ TOURISMUS- UND HEILBÄDERVERBAND E.V. (Hg.): *Tourismus als kommunaler Wirtschafts- und Standortfaktor in Rheinland-Pfalz*. Online verfügbar unter  
<http://www.dehoga-rhp.de/cms/docs/doc52829.pdf>, Stand: 24.11.2012.

HOLZE Sandra: *Statistiken zur Social Media Nutzung. Social Networking gehört zum guten Ruf*. Hg. v. Likes Media Social Media Management. Online verfügbar unter  
<http://www.likesmedia.de/2011/statistiken-zur-social-media-nutzung/>, Stand: 18.12.2012.

SPRINGER-VERLAG GMBH, HEIDELBERG (Hg.) (2009): *Viral Marketing*.  
Online verfügbar unter  
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/viral-marketing.html>, Stand: 03.01.2013.

STATISTA GMBH (Hg.) (2013): *Anteil der Internetnutzer in Deutschland von 2001 bis 2012*.  
Online verfügbar unter  
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/13070/umfrage/entwicklung-der-internetnutzung-in-deutschland-seit-2001/>, Stand: 17.12.2012.

STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ (2011): *Statistische Analysen 2011*. Unter Mitarbeit von Diane Dammers Wolfgang Ellermeyer Simone Emmerichs Romy Feldmann Simone Maier. Online verfügbar unter [http://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/nach\\_themen/stat\\_analysen/Tourismus/tourismus2010.pdf](http://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/nach_themen/stat_analysen/Tourismus/tourismus2010.pdf), Stand: 18.11.2012.

TOURISTINFO ANDERNACH (Hg.) (o.J.): *Unterkunftsliste*. Online verfügbar unter [http://web.deskline.net/andernach/de/list\\_accommodation](http://web.deskline.net/andernach/de/list_accommodation), Stand: 03.01.2013.

TOURIST-INFORMATION TRIER STADT UND LAND E. V. (Hg.): *Trier*. Online verfügbar unter <http://www.trier-info.de/>, Stand: 27.11.2012.

VERBANDSFREIE GEMEINDE ANDERNACH, STADT (Hg.) (2012): *Gemeindestatistik*. Online verfügbar unter <http://www.ewois.de/Statistik/user/pdfgen.php?stichtag=31.12.2012&ags=13700003&type=VFG&linkags=0713700003>, Stand: 03.01.2013

VERBANDSGEMEINDE BAD BREISIG (Hg.) (o.J. [2012?]): *Tourismus*. Online verfügbar unter <http://www.bad-breisig.de/Tourismus/>, Stand: 10.01.2013.

BROEMSER Wolfgang, KIRSTGES Christian: *Hoch, höher, Andernach!* Online verfügbar unter <http://www.stadt-relaunching.de/Geysir.html>, Stand: 06.01.2013.

## **Mündliche Mitteilungen**

JENNIFER OBERFRANK (20.12.2012): *Tourismus in Andernach* mit Kristina Neitzert, Leitung für Tourismus

JENNIFER OBERFRANK (20.12.2012): *Wirtschaft in Andernach* mit Frau Ana Maria Fajardo, Projektassistentin der Wirtschaftsförderung und Herrn Christian Heller, Geschäftsführung der Andernach.net GmbH

JENNIFER OBERFRANK (09.01.2013): *Kultur in Andernach* mit Herrn Bürgermeister Klaus Peitz und Frau Charlotte Everling, Sachbearbeiterin des Kulturamtes

JENNIFER OBERFRANK (09.01.2013): *Funktionsweise des Geysirs* mit Herrn Dipl.-Geogr. Ralf Schunk, Leiter der Wissenschaft und Pädagogik der Geysir.info GmbH

## **Schriftliche Stellungnahmen im Besitz des Verfassers**

LICHTENBERG Angelina, Geysir.info GmbH, Ticketing und Shop: *Buchungen Geysir 2012*. Brief vom 27. November 2012

STADTVERWALTUNG ANDERNACH: Brief vom 27. November 2012

NEITZERT Kristina: *Andernach – touristische Entwicklungen*, Brief vom 27. November 2012

GEYSIR.INFO GMBH: *Geysir-Besucherbefragung 2012*, Brief vom 27. November 2012

NEITZERT, Kristina: *Andernach.net Leitbild*. E-Mail vom 09. Januar 2013

## 13. Anlagen

### Anlage 1: Fragebogen

#### Fragebogen zum Thema

#### Tourismus als kommunaler Wirtschaft- und Standortfaktor in Andernach

Die Andernach.net GmbH ist eine 100%-ige Tochtergesellschaft der Stadt Andernach und zuständig für die Bereiche Tourismus, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung. Mit Hilfe des Ihnen vorliegenden Fragebogens, möchten wir gerne ermitteln, in welchem Maße sich der Tourismus auf den gesamten Standort Andernach auswirkt. Weiterhin beabsichtigen wir die Struktur unserer Gäste noch besser einschätzen zu können, um künftig unsere Aktivitäten zielgerichtet weiterentwickeln zu können. Wir bitten Sie um einige Minuten Ihrer Zeit, danken Ihnen für die Teilnahme und wünschen Ihnen einen schönen Aufenthalt in Andernach!

Den Fragebogen können Sie entweder bei Ihrem **Gastgeber** oder direkt in der **Tourist-Information (TI), Konrad-Adenauer-Allee 40, 56626 Andernach** abgeben. Bei Abgabe in der TI erhalten Sie von uns ein kleines Präsent.

Ihr Team der Andernach.net GmbH

#### 1. Art des Aufenthalts

<input type="checkbox"/> Ich bin <b>Übernachtungsgast</b> mit _____ weiteren Personen.	<input type="checkbox"/> Ich bin <b>Tagesgast</b> mit _____ weiteren Personen.
--	--



<b>1a Anlass Aufenthalt</b> <input type="checkbox"/> Privater Aufenthalt <input type="checkbox"/> Geschäftlicher Aufenthalt	<b>1a Anlass Aufenthalt</b> <input type="checkbox"/> Privater Ausflug <input type="checkbox"/> Tagesgeschäftsreise
<b>1b Art der Unterkunft</b> <input type="checkbox"/> Hotel/Gasthof <input type="checkbox"/> Schiff <input type="checkbox"/> Ferienwohnung/-haus <input type="checkbox"/> Wohnmobil <input type="checkbox"/> Verwandten-/Bekanntenbesuch	<b>1b Ausgaben während des Tages</b> <input type="checkbox"/> 0-10 € <input type="checkbox"/> 10-20 € <input type="checkbox"/> 20-30 € <input type="checkbox"/> 30-40 € <input type="checkbox"/> 40-50 € <input type="checkbox"/> 50-60 € <input type="checkbox"/> 60-70 € <input type="checkbox"/> 70-80 € <input type="checkbox"/> über 80 €
<b>1c Dauer Aufenthalt</b> <input type="checkbox"/> 1-2 Tage <input type="checkbox"/> 2-4 Tage <input type="checkbox"/> 4-6 Tage <input type="checkbox"/> 8-10 Tage <input type="checkbox"/> 10-12 Tage <input type="checkbox"/> länger	
<b>1d Übernachtungspreis pro Nacht (pro Person)</b> <input type="checkbox"/> Bis 25€ <input type="checkbox"/> 25-35€ <input type="checkbox"/> 35-50€ <input type="checkbox"/> 50-70€ <input type="checkbox"/> 70-90€ <input type="checkbox"/> 90-110€ <input type="checkbox"/> 110-130€ <input type="checkbox"/> über 130€	
<b>1e Ausgabe neben der Unterkunft</b> <input type="checkbox"/> Bis 10€ <input type="checkbox"/> 10-30 € <input type="checkbox"/> 30-50€ <input type="checkbox"/> 50-70€ <input type="checkbox"/> 70-90€ <input type="checkbox"/> 90-110€ <input type="checkbox"/> 110-130€ <input type="checkbox"/> über 130€	

## 2. Art der Ausgaben (Tages- sowie Übernachtungsgäste)

Für was haben Sie Geld ausgegeben (mehrere Antworten möglich)?

Freizeit- und Kultureinrichtungen ☐

Unterkunft ☐

Gastronomie ☐

Öffentlicher Personennahverkehr ☐

Einzelhandel

Bekleidung ☐

Lebensmittel ☐

Souvenirs ☐

Kosmetik ☐

## 3. Angaben zur An- und Abreise

### 3.a Anreise per:

Auto ☐

Bahn ☐

Fahrrad ☐

Schiff ☐

Bus ☐

Wohnmobil ☐

### 3.b Aufwendungen für die An- und Abreise

10 – 20€ ☐

20 – 30€ ☐

30 – 40€ ☐

40 – 50€ ☐

50 – 60€ ☐

60 – 70€ ☐

70 – 80€ ☐

80 – 90€ ☐

90 – 100€ ☐

Mehr ☐

## 4. Welche touristischen Leistungen wurden in Anspruch genommen?

(mehrere Antworten möglich)

Stadtführung ☐

Museum ☐

Schiffahrt ☐

Geysir Andernach ☐

Andernach App(ication) ☐

Sonstiges \_\_\_\_\_ ☐

## 5. Welche touristischen Attraktionen wurden darüber

**hinaus (in der Umgebung) besucht?**

Vulkanpark (Welche Einrichtung/en?) \_\_\_\_\_ ☐

Dokumentationsstätte Bad Neuenahr Ahrweiler Regierungsbunker ☐

Zoo Neuwied ☐

Waldkletterpark Sayn/Bad Neuenahr ☐

Römertherme Bad Breisig ☐

Deichwelle Neuwied ☐

Cochemer Sesselbahn ☐

sonstige: \_\_\_\_\_ ☐

## 6. Spezifischer Reisegrund

Erholung ☐

Städtetrip ☐

Kultur (Veranstaltungen) ☐

Fahrradtour ☐

Wandern ☐

NUR wegen dem Geysir ☐

Wir sind zufällig in der Stadt (z.B. Durchreise) ☐

sonstiges \_\_\_\_\_ ☐

## 7. Wie bewerten Sie folgende Aspekte?

(1 = sehr gut    5 = ganz schlecht    0 = nicht in Anspruch genommen)

1. Infrastruktur Andernach	1	2	3	4	5	0
2. touristisches Angebot (z.B. Veranstaltung, Geysir, Stadtführung, etc...)	1	2	3	4	5	0
3. Gastronomieangebot	1	2	3	4	5	0
4. Unterkunftsmöglichkeit	1	2	3	4	5	0
5. Sauberkeit (genügend Mülleimer, etc.)	1	2	3	4	5	0
6. Toilettensituation	1	2	3	4	5	0
7. Einkaufsmöglichkeiten	1	2	3	4	5	0
8. Wohnmobilstellplatz	1	2	3	4	5	0

## 8. Welche touristischen Leistungen würden Sie sich zusätzlich in Andernach wünschen? (mehrere Antworten möglich)

- |                             |                          |                                |                          |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| Öffentlicher Fahrradverleih | <input type="checkbox"/> | Altstadtexpress (Touristenzug) | <input type="checkbox"/> |
| Schiffsrundfahrten          | <input type="checkbox"/> | Minigolfanlage                 | <input type="checkbox"/> |
| Geführte Wanderungen        | <input type="checkbox"/> | Geführte Radtouren             | <input type="checkbox"/> |
| Sonstiges _____             |                          |                                | <input type="checkbox"/> |

## 9. Angaben zur Person

Alter: \_\_\_\_\_ Jahre  
 Wohnort: \_\_\_\_\_ Postleitzahl: \_\_\_\_\_

## 10. Weitere Anregungen

---



---



---



---



## Anlage 2: Slogan der Wirtschaftsförderung



### **Slogan – offen für neues**

nach [http://www.andernach.de/de/wirtschaft/offen\\_fuer\\_neues.html](http://www.andernach.de/de/wirtschaft/offen_fuer_neues.html) Stand: 06.01.2013



### **Slogan – Erfrischend vielseitig**

nach [http://www.andernach.de/de/wirtschaft/erfrischend\\_vielseitig.html](http://www.andernach.de/de/wirtschaft/erfrischend_vielseitig.html) Stand: 06.01.2013



### **Slogan - Gute Lage? Schon immer**

nach [http://www.andernach.de/de/wirtschaft/gute\\_lage.html](http://www.andernach.de/de/wirtschaft/gute_lage.html) Stand: 06.01.2013

## Anlage 4: Flyer Europafest



### Flyer Europafest

Neitzert, Kristina: Brief vom 13. Juni 2012

## 14. Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname